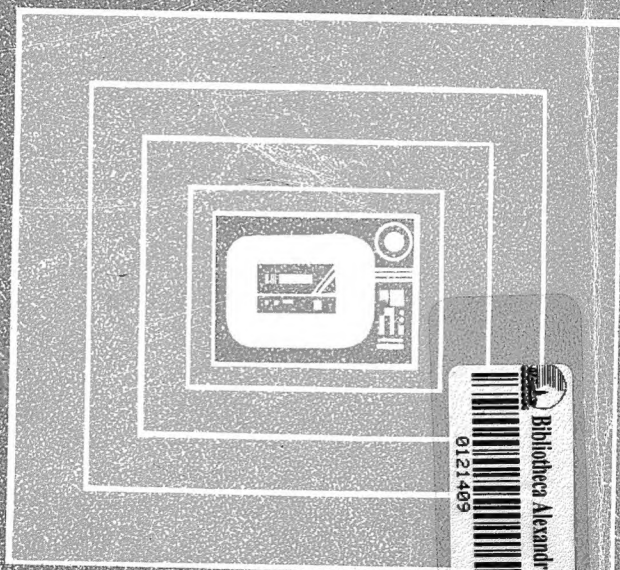


وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة بغداد  
كلية الفنون الجميلة

# مخطيط البرامج الإذاعية والتلفزيونية



تأليف

عبد الكريم فرحات الزبيبي      الدكتور عبد القادر خليف الزبيبي

١٩٨٨



# مخطيط البرامج الإذاعية والتلفزيونية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة بغداد  
كلية الفنون الجميلة  
قسم الفنون السمعية والمرئية

# مُخَطِّطُ الْبَرَامِجِ الْإِذَاعِيَّةِ وَالتَّلْفِيزِيَّةِ

كتاب منهجي : لطلبة الصف الثاني اذاعة وتلفزيون / قسم الفنون  
السمعية والمرئية / كلية الفنون الجميلة

تأليف

الدكتور عبد القادر خلف الديهي

مدرس مساعد / قسم الفنون  
السمعية والمرئية / كلية الفنون الجميلة /  
جامعة بغداد

عبد الكريم فرحان الديهي

دائرة التلفزيون العامة



الاهْتِدَاءُ ..  
إِلَى مَنْ صَفَّوْا بَاعِلَى شَيْءٍ فِي سَبِيلِ الْوَطَنِ  
إِلَى الْأَكْرَمِ مِنَّا جَمِيعًا ..  
اللَّهُمَّ





## (( الفهرست ))

١١	المقدمة
٢٩-١٣	الفصل الاول : - (( التخطيط بمفهومه العام ))
١٥	- اهمية التخطيط .
١٧	- نشوء وتطور استخدام التخطيط .
١٩	- تجربة التخطيط في العراق .
٢٠	- مفهوم التخطيط .
٢٢	- مبادئ التخطيط .
٢٣	- انواع الخطط .
٢٦	- مراحل التخطيط .
٥٠- ٣١	الفصل الثاني : - (( التخطيط الاعلامي ))
٣٣	- مفهوم التخطيط الاعلامي .
٣٥	- فلسفة الاعلام في العراق .
٣٩	- الاعلام والتنمية في العراق .
٤١	- متطلبات التخطيط الاعلامي .
٤٥	- خطوات التخطيط الاعلامي .
٤٨	- أسس التخطيط الاعلامي .
٩٤- ٥١	الفصل الثالث : - (( التخطيط والبرمجة الازاعية والتلفزيونية ))
٥٣	- الازاعة والتلفزيون والسمتع والمشاهد .
٥٤	- كيفية بناء المنهاج العام للبرامج .
٥٨	- التخطيط الازاعي .
٥٨	- مفهوم وسائل التخطيط الازاعي .
٦٠	- عملية التخطيط الازاعي .
٦١	- مراحل التخطيط الازاعي .
٦١	١ - وضع السياسات الازاعية العامة .
٦٤	٢ - وضع الاستراتيجيات الازاعية .

- ٣ - وضع وتصميم الخطة الاذاعية .
- ٦٥ - الدورة الاذاعية .
- ٦٧ - الخطة اليومية في الراديو .
- ٦٨ - الخطة اليومية في التلفزيون .
- ٧٤ - موقات الخطة الاذاعية .
- ٧٥ - اهمية التخطيط على المدى البعيد .
- ٧٥ - مجالات التخطيط الاذاعي التلفزيوني .
- ٧٧ - التنسيق والبرمجة الاذاعية والتلفزيونية .
- ٧٩ - مفهوم البرامج الاذاعية والتلفزيونية .. اعدادها وانتاجها .
- ٨٥ - الخلاصة .
- ٨٧

#### الفصل الرابع : (( واقع تخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية ٩٥ - ١٢٦

- ٩٧ - تأريخ الدورات الاذاعية في العراق .
- ٩٩ - عناصر التخطيط في تلفزيون الجمهورية العراقية .
- ١٠١ - ملاحظات عن اهداف الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون في العراق
- ١٠١ - اهداف الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون في العراق
- ١١٢ - صيغ تنفيذ الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون
- ١١٥ - واقع الخدمات الاذاعية في الاتحاد السوفيتي
- ١١٩ - البرامج الاذاعية في الاتحاد السوفيتي
- ١٢٠ - واقع الخدمات الاذاعية في مصر .
- ١٢١ - تطور خدمات الاذاعة .
- ١٢٢ - الخدمات الاذاعية المختلفة .
- ١٢٤ - البرامج في التلفزيون المصري .

#### الفصل الخامس : (( بحوث المستمعين والمشاهدين وطرق قياس الرأي العام )) ١٢٧ - ١٥٨

- ١٢٩ - اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في تطور البرامج الاذاعية والتلفزيونية .
- ١٣٠ - بحوث المستمعين والمشاهدين الدور والاهمية .

١٣٣	- أنواع بحوث المستمعين والمُشاهدين :
١٣٣	أ - بحوث البرمجة .
١٣٦	ب - قياس حجم الاستماع والمُشاهدة .
١٣٩	ج - بحوث قياس رد الفعل .
١٤٣	د - بحوث الاثر .
١٤٥	- طرق قياس الرأي العام :
١٤٧	١ - طريقة الاستفتاء .
١٥٢	٢ - طريقة المسح .
١٥٦	٣ - طريقة تحليل المضمون .
١٥٩	الملاحق ..



## مقدمة

لم يعد هناك أدنى شك في أهمية وضرورة التخطيط في حياتنا اليومية وفي جميع المجالات والمستويات، فهو مهم وأساسي لحل جميع المشاكل والمعضلات ووضع الأسس والطرق المناسبة لحلها والتي تواجهنا في حياتنا، من أصغر خلية في المجتمع وهو الفرد والأسرة وصعوداً الى مستوى مشاكل الدولة على أعلى المستويات (ولجميع القطاعات) سواء الاقتصادية منها أو الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية، ومن القطاعات المهمة التي تحتاج الى تخطيط وتخطيط دقيق جداً ومدروس هو قطاع الإعلام بصورة عامة والأذاعة والتلفزيون بشكل خاص لما لها من أهمية وتأثير كبير على سلوك واتجاهات المجتمع وتأثيرها عليه سلباً وإيجاباً وبشكل أسرع من بقية الوسائل الإعلامية الأخرى، إضافة الى مساهمتها وعلى نحو كبير في تسريع عجلة التنمية إذا أستفلا بالشكل الصحيح والمناسب، ويقتصر التخطيط الأذاعي والتلفزيوني من العناصر المهمة في أستثار الأماكن المادية والبشرية ووفق أسلوب علمي ميداني يتركز على مبادئ وطبيعة وسيلتي الأذاعة والتلفزيون او ضرورة رسم وتوزيع وتنظيم البرامج في الدورات الأذاعية والتلفزيونية وفقاً للجمهور المستهدف، وما هية وأهداف ومكونات مضمون البرامج مع الأخذ بنظر الأستبار جانب التدرج المنطقي لعملية الأتصال. أن الهدف من هذا الكتاب هو تسليط الضوء على أهم المبادئ والأسس للتخطيط العام والتخطيط الإعلامي بصورة عامة وتخطيط البرامج الأذاعية والتلفزيونية بشكل خاص.

وقد قسم الكتاب الى خمسة فصول أساسية إضافة الى الملاحق، تناول الفصل الأول التخطيط بمفهومه العام، وأهمية التخطيط ونشوء وتطور أستخدام التخطيط، وتجربة التخطيط في العراق، وكذلك مفهوم ومبادئ وأنواع ومراحل التخطيط.

أما الفصل الثاني فهو عن التخطيط الإعلامي، حيث تضمن تعريف التخطيط الإعلامي وفلسفة الإعلام في العراق ودور الإعلام في عملية التنمية في العراق، وكذلك تضمن متطلبات وخطوات وأسس التخطيط الإعلامي.

وخصص الفصل الثالث وهو الجانب المهم والكبير في الكتاب للموضوع الأساس للكتاب وهو التخطيط والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية حيث تم إعطاء صورة عن الأذاعة والتلفزيون والستمع والمُشاهد وعن كيفية بناء المنهاج العام للبرامج، ومن

ثم التخطيط الأذاعي والذي تم شرحه بشكل مفصل ، حيث تم تناول موضوع مفهوم وسات التخطيط الأذاعي وعملية ومراحل التخطيط الأذاعي ، والدورات الأذاعية ومستويات الخطط الأذاعية والتلفزيونية ، وأهم الموقات التي تواجه التخطيط الأذاعية والتلفزيونية ، وأخيراً موضوع التنسيق والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية ومفهوم البرامج الأذاعية والتلفزيونية ... أعدادها وأنتاجها . أما الفصل الرابع من هذا الكتاب فيلطي الضوء فيه على واقع تخطيط البرامج الأذاعية والتلفزيونية في العراق ، حيث أستهل بفقرة عن تأريخ الدورات الأذاعية في العراق ، ومن ثم أهداف الخطة العامة للأذاعة والتلفزيون وأخيراً عن واقع تخطيط البرامج في تلفزيون بغداد (القناتين الأولى والثانية) وأذاعة بغداد ، وكذلك تضمن الفصل واقع الخدمات الأذاعية في الاتحاد السوفيتي ومصر . وعرض المؤلفات في الفصل الخامس وهو الأخير بحوث المستمعين والمشاهدين وطرق قياس الرأي العام .. فكان أول موضوع فيه عن أهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في تطوير البرامج الأذاعية والتلفزيونية ثم أنواع بحوث المستمعين والمشاهدين ، وأخيراً طرق قياس الرأي العام .

وأدرجت في نهاية الكتاب مجموعة من الملاحق عن الخطط الأذاعية والتلفزيونية وأسآارة أستبيان للتعرف على خصائص وعادات الجمهور في التعرض للأذاعة والتلفزيون وأخيراً نرجو أن نكون قد وفقنا في رقد الحركة العلمية بمرجع عسى أن يكون مفيداً للطلبة والمختصين ، وأن كان هناك نقص في أحد جوانب الكتاب فمعدرنا أنه ليس هناك كتاب أو بحث وخاصة في العلوم الأجتاعية والأنسانية يتصف بالدقة والكمال التام ، فالكمال لله وحده ونرجو من الله أن يوفقنا جميعاً في خدمة عراقنا الحبيب وأمتنا العربية المهيمة ، والله ولي التوفيق ...

## المؤلفات



التخطيط بمفهوم العام

---





## الفصل الاول

### « التخطيط بمفهومه العام »

#### أهمية التخطيط :

تتزايد أهمية التخطيط حالياً بأعباء المنهج الذي يساعد على معالجة المشكلات المختلفة في كل دولة وهذا المنهج لكي يكون فعالاً وناجحاً لابد له أن يكون مفهوماً من قبل متخذي القرارات والذين يقومون بتنفيذ قراراتهم ، وهو أمر يتطلب وجود متخصصين على درجة عالية من الكفاءة في مختلف الميادين ، يقومون بتقديم مآلدهم من الخبرة والمعرفة والمقترحات بشأن القضايا أو المبادئ التي يراد وضع الخطط لها<sup>(١)</sup> .

ويكتسب التخطيط في المجتمعات النامية والتي مازالت في طريق البناء والتقدم والنهوض أهمية استثنائية أو التي مازالت في طور التحول الاشتراكي كالعراق مثلاً ، أهمية استثنائية بأعباءه الأداة الحاسمة والوسيلة التي لاغنى عنها لحل المشاكل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتربوية والثقافية الموروثة ، ولتعبئة وتخصيص الموارد والأمكانيات المتاحة بما يحقق التنمية الشاملة والسريعة .

لقد أولت القيادة السياسية في العراق موضوع التخطيط اهتماماً خاصاً انطلاقاً من أهمية وحيوية الدور الذي يلعبه في عملية التحول والبناء الاشتراكيين . وقد أنعكس هذا الأهتمام في أدبيات الحزب القائد والوثائق الأساسية التي أصدرتها القيادة السياسية للحزب والثورة ، وهو يتكرر باستمرار في خطب وتوجيهات القيادة السياسية وكبار المسؤولين وفي الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى .

وأن هذه الأهمية للتخطيط التي حرص الحزب والقائد العظيم صدام حسين على تأكيدها وكما عبر عنها بشكل واضح ودقيق بقوله « كل عراقي من موضعه يجب أن يتصرف بمحدود مسؤوليته ولكن يجب أن يفكر بعقلية قائد ، وكل عراقي يجب أن يتصرف بمحدود الانظمة والقوانين . والصلاحيات المنصوص عليها والمنوطة له ، ولكن يجب أن يضع جهده اليومي وحركته اليومية في إطار التصور والخطط الاستراتيجية الموضوعة وأن يدرك أنه قد يطلب منه أحياناً أن يتصرف من موقع قائد وليس بعقل محلي .. لكي يعرف من أي الدول يجب أن يستورد ولأي مدى

ولماذا ؟ أو يشارك مشاركة جدية في الأقل في رسم مثل هذا المسار وكذلك الفني المسؤول في دائرة التخطيط بعيد المدى يجب أن يتصرف من موقعه في العمل اليومي ويتصور من موقع قائد بل كل عراقي مطالب بأن يتصرف من موقعه ويتصور من موقع قائد ، أذ بدون هذا لا يمكن أن نبني المجتمع الذي نطمح لبنائه » .<sup>(٢)</sup>

وهذه الأهمية للتخطيط يشير إليها الحزب القائد عبر مؤتمراته القومية والقطرية ولقد أكد التقرير السياسي الصادر عن المؤتمر القطري الثامن لحزب البعث العربي الاشتراكي على مسألة التخطيط وأعطأها أهتماماً بارزاً وأفرد لها معالجة مستفيضة تحت عنوان « التخطيط والتنمية » فقد جاء فيه مايلي :

« يحتل التخطيط أهمية مركزية في بناء الاقتصاد الوطني وفي فروعه كافة وفي تطويره وفقاً للعاجات الوطنية الراهنة والمستقبلية كما يعتبر ضرورة أساسية لاغنى عنها أطلاقاً لوضع مقدمات الانتقال الى الاشتراكية ولأجراء التحولات الاشتراكية في البلاد ، فبدون التخطيط لا يمكن بناء الاقتصاد الوطني وتطويره بشكل متناسق ومتصاعد يكمل كل فرع فيه الآخر كما لا يمكن وبخاصة في البلدان المتخلفة والتي تتسم عموماً بضعف مؤسساتها الإنتاجية تحقيق تنمية شاملة ومتناسقة بدون تخطيط ... » .<sup>(٣)</sup>

وواضح من النص أعلاه أن التقرير السياسي يربط بين التخطيط ومسألتي التنمية والبناء الاشتراكي وأنه بدون التخطيط لا يمكن بناء الاقتصاد وتنميته بشكل متوازن ومتناسق أو الشروع في البناء الاشتراكي . ويعني تحول التخطيط في المجتمع الاشتراكي الى مبدأ عام ممارسته في مختلف المجالات وعلى مختلف المستويات ، ويتحقق هذا عملياً عن طريق تقسيم الخطط ، فالخطة العامة للاقتصاد القومي تتضمن أهدافاً أو مهام مجبري توزيعها على القطاعات المختلفة (زراعة ، صناعة ، نقل ، أعلام ، ... الخ) ، والخطة الخاصة لكل قطاع تتضمن مهام موزعة على الفروع (المتمثلة عادة بالمديريات العامة) ، وهذه الأخيرة تتضمن مهام مجبري توزيعها على المنشآت المختلفة وعند مستوى كل منشأة مجبري تقسيم الخطة على الأقسام والأقسام على الشعب حتى الوحدات في أماكن العمل ، ومن هنا تعتبر خطة المنشأة (أو المؤسسة) في النظام الاشتراكي جزءاً لا يتجزأ من الخطة العامة للاقتصاد القومي ، كما أن هذه الخطة كغيرها من الخطط لاتتحدد فيها الأهداف أو المهام الواجب تحقيقها فقط ، وأما الطرق أو الوسائل التي تكفل تحقيق هذه الأهداف أيضاً ، وهذا يجعل من سلامة وكفاءة التخطيط على مستوى المنشأة أو المؤسسة شرطاً ضرورياً لسلامة ونجاح التخطيط على المستوى القطاعي وبالتالي على مستوى الاقتصاد القومي ككل .<sup>(٤)</sup>

وحول أهمية التخطيط أراد أحد كتاب الغرب أن يؤكد على ضرورة وأهمية التخطيط بالنسبة للنشاط التلفزيوني، فشبّه التلفزيون بمارد في أحد الأساطير المجرمانية له قوة خرافية وطاقات فوق مستوى التصور البشري، نزل الى قرية فأعمل فيها هدماً وتحطياً وتخريباً فأجتمع حكام القرية ليتشاوروا في امر هذا المارد الجبار وأنتهى رأيهم الى أن الشيء الوحيد الذي ينقذهم من شروره هو أن يقوموا بتركيب عقل في رأسه، وبالفعل أنتهزوا فرصة نوم المارد ونجحوا في أن يركبوا عقلاً في رأسه فلما أصبح الصباح كان المارد بقدراته المائلة هذه قد أخذ على عاتقه مساعدة كل أهل القرية في أعمالهم .. يحمل عن العمال أثقالهم ويقوم بطهي الطعام وأنصاج الحبز للنساء ويحمل الأطفال على كتفيه لينقلهم من مكان الى مكان ...

وليس هناك شيء أصدق من هذه الأسطورة تعبيراً عن القدرات المائلة للأذاعة والتلفزيون على التأثير في الفرد والمجتمع وضرورة وضع هذه القدرات تحت الإشراف والقيادة الواعية لكي يكون وسيلة إعلامية في خدمة الفرد والمجتمع وليس العكس<sup>(٥)</sup>

## نشوء وتطور استخدام التخطيط :

يمكن أن نقسم تأريخ بدء التخطيط في العالم الى ثلاث مراحل تاريخية وهي كما يلي :

### أ - المرحلة الاولى : من عام ١٩١٠ وحتى نهاية الحرب العالمية الاولى :

كان أول من أبرز فكرة التخطيط الاقتصادي بمفهومه العلمي الواضح هو العالم النرويجي شونيدر في النرويج عام ١٩١٠ ، ثم طورت فكرة التخطيط من الناحية العلمية أثناء الحرب العالمية الأولى في ألمانيا التي اتخذتها كوسيلة لإدارة دفة الحرب حيث تبعتها بريطانيا وكان الهدف من التخطيط هو الموازنة بين الاقتصاد القومي وبين متطلبات الحرب (المجهود الحربي) ، من ذلك نجد أن العالم الرأسمالي أول من أوجد فكرة التخطيط وأستخدمها كوسيلة مؤقتة تنظم عملية تحول الاقتصاد القومي من ظروف السلم الى ظروف الحرب .

## ب - المرحلة الثانية : من العشرينات وحتى الحرب العالمية الثانية :

في هذه المرحلة ظهر التخطيط في المجتمع الاشتراكي حيث لجأ الاتحاد السوفيتي الى أسلوب التخطيط عام ١٩٢٧ بعد أن أخذت فكرته شكلاً جديداً في الخطة الخمسة الأولى التي كان من أهم أهدافها العامة التحويل السريع للاتحاد السوفيتي من دولة زراعية متخلفة الى دولة صناعية متقدمة والارتفاع بالمستوى المعيشي للمواطنين . وقد رافق تجربة التخطيط في الاتحاد السوفيتي ظهور الكساد العظيم داخل النظام الرأسمالي حيث بدأت فكرة التخطيط الاقتصادي تراود الكثير من الاقتصاديين والمفكرين كعلاج حاسم وناجح لهذه المتناقضات ، وساند « كنز » هذه الفكرة وأكدها في الثلاثينات في كتاباته حيث وضع أن « البطالة المزمنة هي نتيجة مترتبة على الإفراط في الأدخار وتضائل الاستثمار وما يتبعه من بلوغ الدخل القومي مستويات توازنه في أغلب الأحيان دون مستوى التوظيف الكامل للموارد ومن الضروري تدخل الدولة لتصحيح هذه الأوضاع بالقيام بالمشروعات العامة » ، وقد أثر هذا التيار على كثير من الدول لتبني أسلوب التخطيط مثل ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية وكان الهدف من ذلك بناء الطاقة الحربية .

## ج - المرحلة الثالثة : فترة الحرب العالمية الثانية وما بعد الحرب :

جاءت الحرب العالمية الثانية لتؤكد من جديد ضرورة الأخذ بمبدأ التخطيط العلمي والسليم للموارد الاقتصادية لأماكن تعيشتها بيسر ودقة للسير بالجهود الحربية سيراً حثيثاً ، وقد توضحت أهمية التخطيط أيضاً في أعقاب الحرب وخاصة بالنسبة للدول التي دمرتها الحرب في أوروبا وبالذات الشرقية منها ، كما بدأت بعض الدول - حديثة الاستقلال في جنوب شرقي آسيا كالفلين وبورما وأندونيسيا بالأخذ بفكرة - التخطيط القومي بصفة تحقيق التنمية الاقتصادية بمعدلات سريعة وفي فترات وجيزة للتغلب على الفقر والانخفاض بمستويات المعيشة ، وكذلك ظهر هذا الاتجاه في أمريكا اللاتينية ، وفي بريطانيا كان هنالك اتجاه محدد نحو التخطيط المركزي عام ١٩٤٥ عندما تولى حزب العمال الحكم ، غير أن التجربة لم تدم طويلاً بعدما تولى حزب المحافظين الذي تقوم سياسته على الحرية الاقتصادية الحكم عام ١٩٥١ كذلك ظهر تحول واضح نحو أنتهاج أسلوب التخطيط في كل من الهند وباكستان وأستراليا وجنوب أفريقيا للجمع بين المشروع الخاص والعام وبأشكال متعددة ، كما سارت كندا شوطاً محدد نحو التخطيط المركزي الذي أقتصر على المرافق العامة والنقل البحري وتجارة الجملة ، أما دول المعسكر الاشتراكي كبولندا أو يوغسلافيا وتشيكوسلوفاكيا وغيرها من الدول فقد حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال<sup>(١)</sup>

## تجربة التخطيط في العراق (٧) : -

أن تجربة التخطيط في العراق بدأت فعلياً عام ١٩٥٠ ويمكن أن تقسم المراحل التي مرت بها تجربة التخطيط في العراق الى ثلاثة مراحل كالآتي : -

١ - مرحلة ما قبل ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨ : قامت الحكومة العراقية عام ١٩٥٠ بإنشاء مجلس الأعمار ، بهدف الاستفادة من عوائد النفط في تنمية الاقتصاد القومي ، ويهدف رسم خطط اقتصادية ومالية عامة لتنمية موارد العراق ورفع مستوى المعيشة لأبناء الشعب وكان المجلس يتكون من خمسة أعضاء وخصصت لميزانيته جميع عوائد النفط لتحقيق الأغراض التي أنشئ من أجلها ، وقد رسم مجلس الأعمار أول خطة خمسية للفترة ١٩٥١ - ١٩٥٦ على أساس التوصيات التي تقدمت بها بعثة البنك الدولي للأغاء والتعمير لتنمية الاقتصاد العراقي ، ولم تنجح هذه الخطة بسبب عدم وضوح أهدافها ، لذا فقد رسمت خطة خمسية أخرى للفترة ١٩٥٥ - ١٩٥٩ ، ولم يستمر العمل بهذه الخطة فقد استبدلت بخطة أخرى لسببين هما :

أ - بسبب زيادة عوائد العراق النفطية .

ب - بسبب وضع دراستين فئيتين عن القطاع الصناعي ، واللذان أكدتا على ضرورة التوسع بالمشاريع الصناعية القائمة وأنشاء مشاريع جديدة مثل مشاريع النقل والمواصلات والمشاريع الاجتماعية وتشجيع الصناعات الاساسية .

٢ - مرحلة ما بعد ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨ ولغاية عام ١٩٦٨ : بعد ثورة ١٩٥٨ شرع بتقييم السياسة الاستثمارية وإعادة النظر في أهداف الخطة السابقة ، وفي ضوء ذلك قررت إعادة تنظيم جهاز التخطيط وإعادة تشكيل السياسة الاستثمارية لتنمى مع متطلبات القطر الأغائية ، وفي عام ١٩٥٩ ألغى مجلس الأعمار ووزارة الأعمار وحل محلها مجلس التخطيط الاقتصادي ووزارة التخطيط . وصدر عام ١٩٦٦ قانون مجلس التخطيط رقم ١٨ الذي أحدث تغييرات وتعديلات في مجلس التخطيط الاقتصادي ، وقد أكد هذا القانون على مبدأ التخطيط الشامل للاقتصاد القومي وعدم أقتصاره على الجوانب الاقتصادية فقط .

٣ - مرحلة ما بعد ثورة ١٧ - ٣٠ تموز ١٩٦٨ : بعد قيام ثورة ١٧ - ٣٠ تموز ١٩٦٨ التي قادها وفجرها حزب البعث العربي الاشتراكي ، بدأت صفحة جديدة في مجال التنمية والتخطيط الاقتصادي والاجتماعي الشامل ، حيث تميزت هذه الفترة بوجود فكر واضح وстратегية سياسية ثابتة أنمكت على استراتيجية التنمية الاقتصادية والاجتماعية ووضعها في مجالها الاشتراكي

الصحيح ، وقد تم رسم وتنفيذ عدد من الخطط القومية الشاملة وهي كما يلي :

- أ - خطة التنمية القومية ١٩٧٠ - ١٩٧٤ .
- ب - خطة التنمية القومية ١٩٧٦ - ١٩٨٠ .
- ج - خطة التنمية القومية ١٩٨١ - ١٩٨٥ .

### مفهوم التخطيط : -

هناك عدد من التعاريف والمفاهيم للتخطيط جاءت على لسان كثير من المفكرين ، ولكنها جميعها تتفق وبشكل مختصر ومجرد على أن التخطيط هو عملية التنبؤ بالمستقبل والاستعداد للأحداث .

ومن هذه التعاريف يعرفه الدكتور عبد الوهاب الكيالي « هو أسلوب في التنظيم يهدف الى استخدام الموارد على أفضل وجه ممكن وفقاً لأهداف محددة ، ويقصد به على النطاق القومي وضع خطة يدير عليها المجتمع خلال فترة معينة وذلك بغية تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهنالك نوعان من التخطيط : التخطيط الجزئي : وهو يتناول أعداد برامج جزئية يختص كل منها بقطاع معين من الاقتصاد القومي .

التخطيط الشامل : ويراد به الخطة التي تغطي جميع قطاعات الاقتصاد القومي ومن هنا فهو ضروري لتحقيق النمو المتوازن للاقتصاد القومي .. » (٨) .

ويعرفه الدكتور محمد شوقي إبراهيم مكي بأنه « التفكير المسبق أو عمل الترتيبات المسبقة عادة في ضوء التجارب والحاجات المعروفة أو المتوقعة » (٩) . فمثلاً القيام برحلة معينة غالباً ما يتطلب عمل الترتيبات لأختيار وسيلة السفر وتحديد مدة الرحلة وجدول العمل فيها والحاجات التي يجب تغطيتها لها وبالتالي توفير قيمها قبل البدء بشرائها وهذا يعني أن مفهوم التخطيط قديم قدم الحضارة البشرية وبدونه ربما لاتقوم الحضارة حيث قد يتصرف الإنسان وفقاً لفرائزه الحيوانية ويعترف وفقاً للظروف المباشرة التي تحيط به دونما حاجة للتنظيات والوظائف التحككية في حياته وبيئته المختلفة ، وعلى الرغم من ذلك فإن تطبيق مفهوم التخطيط كعامل مهم جداً في حياة كل فرد وكمنظم مختلف مجالات حياته لم يتم إلا حديثاً جداً .

أما الدكتور محمود أحمد الشافعي (مدير معهد التخطيط القومي في القاهرة) فيعرفه بأنه « أسلوب في التفكير والتدبير والتنظيم والتنسيق والتوقيت والعمل

وهو في أساسه عملية مستمرة لتحديد الأهداف التنافسية والمتكاملة والمترابطة وغير المتعارضة التي يتقرر بلوغها «<sup>(١٠)</sup>

والتخطيط يهدف الى « تقرير خطة عمل متكاملة لمواجهة أحوال وأحداث مرتقبة سواء لفرد أو لمجموعة أفراد ، ولتحقيق أهداف معينة في فترة زمنية محددة بحيث تتوفر لهذه الخطة المرونة الكافية حتى تتماشى مع ديناميكية الحياة على أن يتم ذلك في إطار فكر سليم لاغموض في عناصره وبذا يصبح التخطيط عملية مستمرة تتم على مستويات مختلفة محلية وأقليمية وقومية »<sup>(١١)</sup>

أما الدكتور سعد لبيب فيرى أن التخطيط هو « توظيف امکانات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة ، من أجل تحقيق الأهداف التي رسمتها « السياسة » الإعلامية مع الاستخدام الأمثل لهذه امکانات »<sup>(١٢)</sup>

ومن هذا التعريف يتضح أن التخطيط هو المرحلة التالية لرسم السياسات . كذلك يراد بالتخطيط « وضع خطة أو برنامج للمستقبل بالنسبة لأية ناحية من نواحي الحياة وذلك لتحقيق هدف معين ، أي أن التخطيط في واقعنا هو النظر في المستقبل »<sup>(١٣)</sup>.

ومن خلال هذا الاستعراض فإن التخطيط يعني بشكل عام مايلي :<sup>(١٤)</sup>

- ١ ) التقرير سلفاً لما يجب عمله .
  - ٢ ) وضع أهداف محددة مقرونة بوسائل تحقيقها .
  - ٣ ) التنبؤ بالمستقبل والاستعداد لأحداثه .
  - ٤ ) ربط احتياجات المستقبل والاستعداد لأحداثه .
- وبهذا يمكن أن نستنتج أن التخطيط يتطلب وجود نقطتين هامتين هما :<sup>(١٥)</sup>

أولاً : الأهداف .

وهي الغايات التي يراد تحقيقها باعتبارها تمثل حقيقة وواقعاً يراد الوصول اليه ويتحدد الهدف في شكل قرار أو قانون ينشئ منظمة معينة تقوم بتحقيق هذه الأهداف .

ثانياً : السياسة الموضوعية .

وهي مجموعة القواعد التي تحكم سير العمل والمهدة سلفاً بمعرفة الإدارة والتي يسترشدها العاملون في المستويات المختلفة في كافة القرارات والتصرفات المتعلقة بتحديد الأهداف .

## مبادئ التخطيط : -

يستند التخطيط في النظام الاشتراكي الى عدد من المبادئ الأساسية ، ولا تقتصر هذه المبادئ على مستوى الاقتصاد الوطني وحسب ، وإنما تتمدها الى المستويات الأدنى ، بما في ذلك مستوى المديريات العامة وتقسيماتها ، ومن أبرز هذه المبادئ ما يأتي : -

- أ - الواقعية .
- ب - الشمول .
- ج - المركزية الديمقراطية .
- د - الالتزام .
- هـ - الاستمرار .
- و - المرونة .

### أ - مبدأ الواقعية : -

تعني واقعية التخطيط أن تؤخذ في الحسبان عند وضع الخطة ، الإمكانيات المتاحة وكذلك المحددات والعوقات المحتملة ، فالتخطيط عملية واعية وأسلوب علمي لتوجيه الموارد البشرية والمادية والمالية المتاحة ، بما يحقق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المحددة بكفاءة عالية ، وينبغي أن لا تتضمن الخطة أهدافاً تخطي حدود الموارد والإمكانات المتاحة ، ولا أهدافاً متواضعة يؤدي تنفيذها الى تعطيل قدر كبير من الإمكانيات والموارد الاقتصادية المتاحة .

### ب - مبدأ الشمول : -

يعني مبدأ شمول التخطيط احتواء الخطة لجميع الأنشطة والتفكيرات والمستويات فلا يجب أن تقتصر الخطة على مستوى واحد أو نشاط واحد دون المستويات أو النشاطات الأخرى ، ولا يجب أن يؤثر التخطيط في متغير واحد دون غيره من المتغيرات والا كانت النتيجة أرتباكاً في العمل وضعفاً في مستوى الأداء .

### ج - مبدأ المركزية الديمقراطية : -

يتجلى مبدأ المركزية الديمقراطية في إيجاد نوع من التوافق أو التوازن بين أمرين هما : -



الأول : هو أخضاع نشاط المديرية العامة لأهداف خطة التنمية القومية .

الثاني : هو اعطاء المديرية العامة حرية التصرف وأخذ القرارات المتعلقة بأعداد وتنفيذ خططها في ضوء التنمية القومية وبالشكل الذي يساعد في إطلاق المبادرات والتكيف للموامل البيئية المحيطة .

د - مبدأ الألزام : -

يتمثل هذا المبدأ بالزام جميع المؤسسات والمنظمات الأخرى بتنفيذ خطة التنمية القومية ، وكذلك أعداد الخطط الخاصة بها في ضوء هذه الخطة ، وفي سبيل جعل الخطة الزامية ، فأنها تقر بواسطة الهيئة التشريعية في الدولة ويصدر بشأنها قانون ملزم بعد إنجازها من قبل السلطة التخطيطية العليا .

هـ - مبدأ الاستمرار : -

عملية التخطيط هي في الواقع عملية مستمرة ولا تنتهي بوضع الخطة وتحديد الاهداف ، بل يتبع ذلك عمليات متعددة يمكن تصنيفها الى العمليات الأتية : تنفيذ الخطة ، رقابة تنفيذ الخطة ، وهذا يعني أن الخطة (بعد الانتهاء من صياغتها وأقرارها) ينبغي أن توضع موضع التنفيذ ، أما عملية الرقابة ، فيقصد بها بيان ما تم تنفيذه مقارنة بالنتائج المستهدفة للوقوف على طبيعة الانحرافات الحاصلة وتحديد مقابلة النتائج المتحققة أو المتوقع تحقيقها بالنتائج المستهدفة ، بل تتمدها الى القيام بعمليات التحليل الشامل للبيانات المجمع لتحسين عملية وضع الخطة الجديدة التالية .

و - مبدأ المرونة : -

يعني مبدأ المرونة أن تكون الخطة قابلة لاستيعاب المعطيات أو المتغيرات الجديدة ، أي قابلة للتعديل أو التغيير في ضوء الظروف والأوضاع والموارد المستجدة التي لم يكن من الميسور التنبؤ بها أو التأكد منها عند وضع تلك الخطة ، وينبغي أن يلاحظ أن عدم المرونة غالباً ما يؤدي الى الحد من فاعلية الخطة أو التقليل من إمكاناتها<sup>(١٧)</sup>

أنواع الخطط : -

تقسم الخطط الى عدة انواع وفقاً للأسس أو المعايير الأتية : (١٧)  
أولاً : درجة الشمول .

ثانياً : الأجل أو المدى الزمني .  
ثالثاً : طبيعة النشاط .

أولاً : أنواع الخطط تبعاً لمعيار درجة الشمول : -

يمثل الاقتصاد القومي نظاماً حركياً من عدة عناصر وأجزاء ، فهو يتألف من قطاعات مختلفة (زراعة ، صناعة ، نقل ، أعلام ، ... الخ) وكل قطاع ينقسم بدوره الى فروع وكل فرع الى مؤسسات .

وتبعاً لذلك يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع رئيسية من الخطط هي : -

أ - الخطة القومية الشاملة : -

تتضمن الخطة القومية الشاملة الأهداف العامة لعملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي يسعى المجتمع أو قيادته السياسية الى تحقيقها خلال مدة تنفيذ الخطة ، كما تتضمن هذه الخطة ، التي تتولى أجهزة التخطيط المركزية مهمة إعدادها ، الوسائل والسياسات التي يتعين الأخذ بها لبلوغ تلك الأهداف ، وعلى هذا الأساس تأتي الخطة القومية شاملة لجميع قطاعات وحلقات الاقتصاد الوطني من ناحية وجميع مجالات النشاط الاقتصادي والاجتماعي والمتغيرات أو المؤشرات المهمة فيه من ناحية أخرى .

ب - الخطة القطاعية : -

يقضي أسلوب التخطيط الشامل أن تتوزع الأهداف العامة التي تتضمنها الخطة القومية على قطاعات الاقتصاد الوطني كافة ، وعليه فإن الخطة القطاعية تغطي نشاطاً معيناً من أنواع النشاط الاقتصادي ، زراعة ، صناعة ، نقل ، تشييد ، تجارة ، أعلام ، ... وإذا كانت الخطة القومية تتسم عادة بالعمومية والشمول ، فإن الخطة القطاعية تأخذ شكلاً أكثر تفصيلاً وتحديداً ، وأقل عمومية وشمولاً بالمقارنة مع الخطة القومية ، ذلك أن الخطة القطاعية تتناول قطاعاً أو نشاطاً واحداً بمتغيراته المختلفة .

ج - خطة المؤسسة أو المنشأة : -

بعد أن يتم توزيع الأهداف العامة على القطاعات الاقتصادية المختلفة ، يقوم كل قطاع بتوزيع أهدافه القطاعية على الفروع ثم على المؤسسات (أو المنشآت) التي تتبع له ، وعلى هذا تتضمن خطة المؤسسة أهدافاً ومهام أكثر تفصيلاً وتحديداً

لكنها أقل شمولية بالمقارنة مع ماسبقها من خطط ، ومن هنا تعتبر خطة المؤسسة بمثابة برنامج تشغيلي ينبثق عن الخطة القومية الشاملة ويسير في نطاقها .

ثانياً : أنواع الخطط تبعاً لمعيار الأجل أو المدى الزمني : -

هناك ثلاثة أنواع من الخطط عند تصنيفها تبعاً للأجل أو المدى الزمني الذي تستغرقه الخطة ، وهذه الأنواع هي : -

أ - خطة طويلة الأجل : -

وهي خطة يترأخ بعدها الزمني بين ( ٥ - ٢٥ ) سنة وتتكفل برسم الخطوط المربضة لأتجاهات التطور الاقتصادي والاجتماعي دون التعمق بالتفاصيل ، وتكمن أهميتها في كونها الأداة التي تحافظ على مبدأ استمرارية التخطيط .

ب - خطة متوسطة الأجل : -

وهي خطة يترأخ بعدها الزمني بين ( ٣ - ٥ ) سنوات ، وبالتالي فإنها تمثل مرحلة من مراحل تنفيذ أهداف الخطة طويلة الأجل ، ويتصف هذا النوع من الخطط بدرجة أعلى من التفصيل والتحديد سواء من حيث الأهداف أو الوسائل المستخدمة .

ج - خطة قصيرة الأجل : -

وهي خطة ذات طابع تشغيلي ، وتتضمن مهام يتطلب تنفيذها بعداً زمنياً مقداره سنة أو أقل ( نصف سنة ، ثلاثة شهور ، شهر ... الخ ) ويمثل هذا النوع من الخطط ، الذي يوضع في إطار الخطة متوسطة الأجل أعلى درجة من التفصيل والتحديد والتوضيح للمهام المطلوبة والوسائل المستخدمة لتحقيقها .

ثالثاً : أنواع الخطط تبعاً لمعيار طبيعة النشاط : -

تنقسم خطة التنمية القومية الى عدد من الخطط الفرعية يساوي عدد القطاعات الاقتصادية والاجتماعية ، وتعتبر كل خطة من هذه الخطط عن طبيعة النشاط الذي يمارسه القطاع الذي تمثله ، فهناك مثلاً خطة للإنتاج الزراعية وخطة للإنتاج الصناعي ، وخطة للتشيد ، وخطة للنقل ، وخطة للاتصالات ، وخطة للتربية والتعليم وخطة للتجارتين الداخلية والخارجية ... وغيرها .

وما ينطبق على خطة التنمية القومية ينطبق أيضاً على خطة المؤسسة ، فالخطة  
الأجالية للمؤسسة تنقسم الى عدد من الخطط الفرعية تبعاً لطبيعة الأنشطة أو  
العمليات التي تمارسها ، فعلى سبيل المثال ، تتكون خطة المؤسسة أو المنشأة  
الصناعية من الخطط الفرعية الآتية : -

- أ - خطة الإنتاج .
- ب - خطة التسويق .
- ج - خطة الأفراد .
- د - الخطة المالية .

## مراحل التخطيط : -

تمر عملية التخطيط بالمراحل التالية : (١٨)

### ( ١ ) تحديد الأهداف : -

ماذا نهدف من وضع خطة قصيرة أو طويلة المدى ؟ المدير هو المسؤول عن  
التخطيط على مستوى المؤسسة ككل ثم تنشعب الخطط الفرعية من الخطة الأساسية  
ليكون واضحاً لجميع الأقسام ما نهدف اليه المؤسسة وما يجب على كل قسم عمله على  
ضوء الخطة الرئيسية .

### ( ٢ ) تحليل الموقف : -

بعد أن يحدد الهدف أو الأهداف في المرحلة الأولى تبدأ المرحلة الثانية مرحلة  
تحليل الموقف ودراسته في ضوء المعلومات المتوفرة أو التي يمكن الحصول عليها من  
الجهات الاخرى ذات الاختصاص لكي يتسنى رسم صورة المستقبل التي سيجري  
التخطيط على أساسها .

وهنا تلعب موهبة التنبؤ دورها حين تجمع بين تقدير الموقف الراهن وتقدير  
المستقبل وأخذ الإجراءات الكفيلة لمواجهة هذه التقديرات ، وقد صدق (فايول)  
حين قال « قوة التنبؤ قبل حدوث الأشياء جوهر الإدارة » .

والمقصود بالتنبؤ هنا ليس الذكاء الفطري للمدير فعسب ، بل أعتاد الطرق  
العلمية للتقدير بالدرجة الأولى .

### ( ٣ ) تحليل البدائل : -

بعد تحليل الموقف لا بد وأن تظهر عدة طرق ومساالك يمكن أن تؤدي الى الهدف الذي قررناه أو حددناه في المرحلة الأولى ، ولا بد أن يكون لكل مسالك من هذه المسالك مساوؤه وحسناته ، وإن لم تكن هناك مساويه فلا بد وأن تكون هناك فوائد متفاوتة أو صعاب متفاوتة وقد تكون هناك مسالك أخرى غير التي تظهر لنا للوهلة الاولى وبالبحث والاستقصاء عن جميع المسالك البديلة تظهر لنا أن الطريق الذي كان خافياً عنا هو الطريق الأنسب للوصول الى الهدف أو لتنفيذ الخطوة .

إن عملية تحديد البدائل لا بد وأن تأخذ بنظر الاعتبار النواحي المادية وغير المادية ، أي ينبغي أن لا تخضع عملية تحديد البدائل للتحليل الحسابي فقط ، طالما كانت هناك مجالات وأعتبارات أخرى غير حسابية يمكن أن تؤثر على اختيار البديل .

### ( ٤ ) تقييم البدائل : -

عملية تقييم البدائل تعتمد على الخبرة والتجربة وقوة التنبؤ وحسن التقدير ودقة تصوير المستقبل ، فيعد أن وضعنا أماننا المسالك البديلة وحللناها جيداً ووقفنا على خصائص كل منها ، علينا أن نقوم بتقييم هذه المسالك وهذه البدائل من جميع الوجوه وفي ضوء مختلف الأعتبارات .

### ( ٥ ) اختيار الخطوة الأساسية : -

نصل بعد تلك المراحل الأربعة التي مررنا بها الى المرحلة الخامسة في التخطيط هي مرحلة الاختيار أي نقطة اتخاذ القرار بشأن البديل الذي سيعتمد للتنفيذ وقد يكون بديل واحد أو بديلين ومن الجائز أن نختار أكثر من بديلين بعد التحليل والمقارنة والتقييم .

### ( ٦ ) ترجمة الخطوة الأساسية الى خطة تنفيذية وتتفرع هذه المرحلة الى :

---

↓ هدف	↓ سياسة	↓ إجراءات	↓ برامج	↓ ميزانيات
-------	---------	-----------	---------	------------

نخلص مما تقدم الى النقاط التالية والتي هي مبادئ أساسية ولا بد من أخذها

بسر الاعتبار في تصدينا لعملية التخطيط : -

- (١) لا بد وأن تكون الأهداف من التخطيط واضحة لدينا .
- (٢) يجب أن تكون هناك خطة عامة ، ثم خطط تفصيلية محددة ومرحلية .
- (٣) ينبغي تقويض وضع تفاصيل المخطط النوعية الى الأشخاص الذين سيعهد اليهم بتنفيذها .
- (٤) يجب أن نجيب الخطة عن أسئلة مثل لماذا ؟ وماذا ؟ ومن أين ؟ ومتى ؟ وكيف ؟ .
- (٥) يجب أن تأخذ الخطة بنظر الاعتبار ردود فعل الآخرين .
- (٦) يجب أن تأخذ الخطة بنظر الاعتبار ظروف المخاطرة وأن توضع في ضوء توقعات المؤسسة لمخطط ومسارات كل من تتعامل معهم أو تؤثر على مصالحهم ، أي يجب أن تكون الخطة متناسقة مع خطط الآخرين ذوي العلاقة .
- (٧) يجب أن لا تترك الخطة أي ناحية منها للصدف والمحض .
- (٨) يجب أن تكون الخطة بسيطة وواضحة .
- (٩) يجب أن تكون الخطة ذات مرونة تسمح بالتحويل والتكيف والتعديل .
- (١٠) يجب أن تأخذ بنظر الاعتبار التكاليف وناحية التحويل قبل التوغل في تفاصيلها .
- (١١) يجب أن تكون الخطة متناسقة مع التخطيط العام المركزي ومتناسقة مع الأهداف الاقتصادية والمركزية .

## ((المصادر))

- (١) بركات، فيصل حسين، « دور الاعلام في الدول النامية » أطروحة ماجستير في العلوم السياسية مقدمة الى كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة، ١٩٧١ .
- (٢) صدام حسين، « طريقنا خاص في بناء الاشتراكية » دار الحرية للطباعة بغداد . ١٩٧٩ .
- (٣) حزب البعث العربي الاشتراكي . القطر العراقي التقرير السياسي الصادر عن المؤتمر القطري الثامن مطابع دار الثورة بغداد ، كانون الثاني ١٩٧٤ .
- (٤) د . الشماع ، خليل محمد حسن وآخرون ، « مبادئ ادارة الاعمال » طبع بطابع مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٠ .
- (٥) لبيب ، سعد ، « أهمية التخطيط طويل المدى لخدمات الأذاعة المرئية في الوطن العربي » دراسات في الفنون الأذاعية والتلفزيونية معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني، مطبعة الأديب البغدادية ، بغداد ، ١٩٧٣ .
- (٦) د - خورشيد ، ماجد حيد ، « مفاهيم التخطيط الاقتصادي القومي » المعهد القومي للتخطيط ، بغداد ، ١٩٨٦ .
- (٧) نفس المصدر السابق .
- (٨) الموسوعة السياسية - أشرف عبد الوهاب الكيالي وكامل زهيري ، بيروت ، ١٩٧٤ .
- (٩) د ، مكى ، محمد شوقي إبراهيم ، « المدخل الى تخطيط المدن » دار المريح للنشر ، مطبعة نهضة مصر الرياض ، ١٩٨٦ .
- (١٠) مهدي ، صبري رشيد ، « الإدارة العلمية الحديثة » مطبعة الماني ، بغداد . ١٩٨٦ .
- (١١) د - أسحق القطب ود . عبد الله أبو عياش ، « النمو والتخطيط الحضري في دول الخليج العربي » الناشر وكالة المطبوعات الكويت ، الطبعة الأولى ، الكويت ، ١٩٨٠ .
- (١٢) د . لبيب ، سعد ، « دراسات في العمل التلفزيوني العربي » مركز التوثيق الاعلامي لدول الخليج العربي ، السلسلة الاعلامية الرابعة ، مطبعة الدار العربية ، بغداد ، ١٩٨٤ .
- (١٣) بشارة ، عابدة ، « المدخل الى التخطيط القومي » ، دار الكاتب العربي للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٩ .

- (١٤) برعي ، محمد جمال ، « التخطيط للتدريب في مجالات التنمية » ، مطبعة  
الاستقلال الكبرى ، القاهرة ، ١٩٦٨ .
- (١٥) درويش عبد الكريم ، وليلى تكتلا ، « أصول الإدارة العامة » مكتبة الأنجلو  
المصرية ، القاهرة ، ١٩٦٨ .
- (١٦) د. الشجاع ، خليل محمد حسن وآخرون ، « مبادئ إدارة الأعمال » م .  
ذ . س .
- (١٧) نفس المصدر السابق .
- (١٨) مهدي ، صبري رشيد ، « الإدارة العلمية الحديثة » م . ذ . س .





التخطيط الإداري

---



## الفصل الثاني

### (( التخطيط الإعلامي ))

#### مفهوم التخطيط الإعلامي : -

يرتبط مفهوم الإعلام بمعناه الحديث ، بوسائل الاتصال الجماهيري الحديثة وهي الراديو والتلفزيون والسينما والصحيفة وبقية الوسائل المسموعة والمرئية والمقرونة والتي تعرف عادة بالانكليزية بأسم (Mass Media of communication) وكلمة (communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (communis) ويراد بها عمومية وشمول موضوع معين. بين أطراف معينة لبعثها علاقة بالبعث بهدف خلق التوافق والانسجام بينهم حيث تتحول الأفكار والصور الفكرية والاحاسيس الى رموز مفهومة تستطيع وسائل الاتصال المختلفة نقلها بسهولة الى الأطراف المعنية والتي تستطيع أستقبالها وفهمها وفقاً لمكوناتها الفكرية والثقافية<sup>(١)</sup> لم يعد هناك ادنى شك في أهمية التخطيط الإعلامي وضرورته كنتيجة لتوسع الصراع الفكري وزيادة حدته بين القوى الاجتماعية وتطور وسائل الاعلام وتعدد وظائفه ومجالات أستخدامه .

وينبغي أن نؤكد منذ البداية أن التخطيط الاعلامي ليس الا جزءاً من التخطيط القومي الشامل في المجالات الدبلوماسية والعسكرية والاقتصادية وغيرها ولا بد للخطة القومية الشاملة من أن تتكامل بحيث يكون التخطيط الاعلامي متشابكاً ومتفاعلاً مع الخطط الاخرى المكونة للخطة القومية العليا . وأن الخطة الاعلامية تتوجه الى الفكر والعقيدة والشجاعة والثقة ، وتستخدم الرموز بطريقة فنية تؤدي الى تحسين التفاهم أو تدمير الروح المعنوية واحداث الانقسام .

فالتخطيط الاعلامي لا يتصل بالتغير المادي كتحريرك الجيوش أو فرض الحصار الاقتصادي ، أو الأنظمة الى الاحلاف ، ولكنه يتصل بالتغير النفسي ، أو تفسير الأحداث تفسيراً يتوافق مع النمايات المستهدفة ، ولا يهدف التخطيط الاعلامي الى تغيير الأحوال المادية وإنما الى تغيير طريقة فهم هذه الأحوال وتفسيرها<sup>(٢)</sup> .

والتخطيط الإعلامي لا يختلف من حيث الشكل والمضمون عن التخطيط بمفهومه العام ، وأما يقصد به تخطيط نشاط وعمل وسائل معينة ، كالصحافة والراديو والتلفزيون وغيرها من الوسائل ، وقد قيل في التخطيط الإعلامي عدة تعريفات ، عامة ومتباينة ، منها أنه ((عملية أرادية مقصودة من العمليات الجماعية التي تقوم بها أجهزة متخصصة من أجل التنظيم وتعبئة الجهود سواء كانت جهود الأفراد والجماعات أو المؤسسات ، ولكي يتسنى للمجتمع تعبئة إمكاناته الإعلامية المادية والبشرية تعبئة كاملة للنهوض بالمسؤوليات ، وتحقيق الأهداف المرجوة))<sup>(٢)</sup>

أو يقصد به ((التطوير القائم نحو مثالية معينة ، أي بمباراة أخرى تدخل أرادي لتنفيذ وضع معين ونقله إلى نموذج أكثر مثالية ، والتخطيط بهذا المعنى عمل سياسي منطلقاته ثلاثة : وضع خطة ، مشاركة شعبية في تنفيذ الخطة ، مناقشة للابعاد السياسية للخطة))<sup>(٣)</sup>

ويعرف التخطيط الإعلامي أيضاً بأنه ((توجيه نظم ووسائل الاتصال في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية للدول النامية وخاصة دعم الوحدة القومية وتمجيل ومساندة التنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق استخدام الأساليب الفنية والعلمية للاتصال طبقاً لظروف كل بلد وتعديل هذه الأساليب تبعاً لمدى القرب أو البعد عن تحقيق الهدف عن طريق المتابعة والتقييم))<sup>(٤)</sup>

وأذا أخذنا التعاريف المذكورة ودققنا محتوياتها ، نجد أن الأول والثاني يشيران إلى أن التخطيط عملية أرادية لكن الأول يحدد لغرض التنظيم والتعبئة من أجل أهداف مرجوة ، بينما الثاني يشترطها لتغيير واقع قائم ونقله إلى نموذج أكثر مثالية ، أما التعريف الثالث فلم يشير إلى كونها أرادية أولاً ، وأما أقنصر مفهومه للتخطيط على توجيه نظم ووسائل الاتصال من أجل أهداف أساسية على حد تعبيره ، الوحدة القومية وتمجيل التنمية ومساندتها .. ووضح من التعريف المذكور أنه عبارة عن يديهيات كان قد ثبتها عدد من الباحثين ، رتب منسقة على أنها تمثل محتوى التخطيط الإعلامي في البلدان النامية .

وفي جميع الأحوال ينبغي أن تكون الخطة الإعلامية ذات أهداف إعلامية بحتة . ويذهب البعض إلى القول بأن أي تخطيط إعلامي خاصة في الدول النامية يتضمن في حقيقته نوعين . من المخطط هما<sup>(٥)</sup> :

أولاً : خطط ظاهرة ومعلنة على الرأي العام وتنتشر عبر وسائل الإعلام المختلفة ليطلع عليها الجمهور .

ثانياً : خطط سرية وخفية تتضمن أهدافاً بعيدة أو قصيرة المدى لاتسمح الظروف بنشرها أو لاترغب الدولة في الإفصاح عنها .

وسبب أنتشار مثل هذا الأسلوب في الدول النامية يعزى الى أن أية خطة إعلامية تهدف الى وتتضمن العناصر التالية : -

- ( ١ ) اهداف الدولة الوطنية والقومية العليا .
- ( ٢ ) أهداف السلطة الحاكمة وفلسفتها السياسية وغير السياسية .
- ( ٣ ) طبيعة الدور الذي تتطلع الدولة الى الاضطلاع به محلياً وقومياً ودولياً .

والملاحظ أن دور رجل الاعلام كان فيما سبق يعتمد على الناحية التنفيذية فقط ولكن التطور المعاصر في العمل الاعلامي وازدياد اهميته واعتاد السلطة السياسية عليه كوسيلة لتحقيق مختلف اهدافها ، ادى الى جعل المسؤول الاعلامي الاعلى أكثر مشاركة في وضع القرار السياسي من جهة وكذلك الاعتقاد عليه في وضع التخطيط الاعلامي الذي ينفذ القدرات السياسية .

#### فلسفة الاعلام في العراق : (٧)

ان دراسة الاعلام في اي بلد لا تنفصل عن دراسة نظامه السياسي وبنائه الاقتصادي والاجتماعي . والاعلام في العراق لا يمكن دراسته من حيث المفاهيم والاتجاهات الامن خلال اطار النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والنسق الاتصالي داخل هذا الاطار الذي يتميز بالشمول والتكامل بين جوانبه المتعددة .

فالدستور المؤقت والوثائق الرسمية الاخرى، والدستور في الجمهورية العراقية يؤكد على الاخذ بالنظرية الاشتراكية في بناء مؤسساته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية اي السعي لاقامة النظام الاشتراكي .

وكل نظام وفق هذا المنظور يتكون من العلاقات المادية (الاقتصادية) والعلاقات الاجتماعية والايديولوجية ، اي البناء التحقي والبناء الفوقي . فالبناء التحقي .. يتمثل بالقاعدة الاقتصادية ، وهي تشمل علاقات الانتاج وقوى الانتاج .

والبناء الفوقي .. يتمثل في « المؤسسات الاجتماعية وفي الوعي الاجتماعي بمنصورية الايديولوجي والسايكولوجي » وبعبارة أبسط فانه\_يتمثل في الاراء والافكار الفلسفية والسياسية والقانونية والدينية والفنية للمجتمع .

ويتحدد دور الاعلام في العراق بحكم كونه جزء او احد عناصر البناء الفوقي للمجتمع ، ضمن اطار النظام القائم ؛ اي النظام الذي يتجه الى الاشتراكية ، وذلك لان البناء الفوقي للمجتمع ليس سلبياً او حيداً تجاه مسير قاعدته بل ان البناء الفوقي ، تحلقه قاعدته الاقتصادية من اجل ان يخدمها ويساعدها يجد ونشاط على التكوين وتوطيد ذاتها .

ولهذا نرى انه لا توجد مؤسسات اعلامية خاصة في النظام الاشتراكي وانما هي تخضع للملكية العامة للدولة او المنظمات الحزبية او المهنية او النقابية ويتحول الاعلام الى جانب كونه جزء من البناء الفوقي المتمثل بالمؤسسات السياسية والاجتماعية والقانونية والثقافية الى اداة للتعبير عن مضمون هذا البناء وتشكيله ودوره في خدمة القاعدة الاقتصادية التي تمثل الملكية العامة ابرز ملامحها . وفي ضوء هذا الاطار الفكري حددت القيادة السياسية في العراق مفهومها للاعلام ومضمونه ووظائفه ، عبر الوثائق والادبيات الفكرية التي اصدرتها بعد عام ١٩٦٨ .

فقد اشار التقرير السياسي الصادر عن المؤتمر القطري الثامن الى ان (( مهمة وضع مقدمات الانتقال الى الاشتراكية يتطلب نشاطاً فكرياً متطوراً وخلاقاً لتأشير حدود كل وجه من اوجه هذه المهات ))<sup>(٨)</sup> وذلك انطلاقاً من ان فعالية وعمل اي سلطة سياسية ، خاصة في النظام الاشتراكي تتوقف على عاملين اساسيين هما :

( ١ ) التوجيه الايديولوجي الذي تمارسه في مجالات نشاطها في طريق نظريته العلمية وتنظيمه وتطويره .

( ٢ ) الاتساع والتحسين المستمر لديناميكية الاتصال الاعلامي الحيوي مع الجماهير الذي يتم بواسطته التعرف على اتجاهاتها وهو امر جوهري في اي نشاط فكري .

وهذا يعني ان الاعلام في اطاره العام من وجهة نظر القيادة السياسية في العراق لابد ان يتحول كمفهوم ومضمون ووظيفة الى اعلام اشتراكي ، وبالتالي لابد ان تتحول ممارسته المرحلية والاستراتيجية الى مزيج من الدعاية والتوجيه والتربية والتعليم والتثقيف كي يستطيع ان يواكب تطور :

أ - القاعدة الاقتصادية للنظام الاقتصادي .

ب - والبناء الفوقي ومؤسساته السياسية والاجتماعية والقانونية وان يمارس دوره كأداة للتعبير عن مضمونها وتأكيد محتواها ، كيفما تكن القاعدة يكن البناء الفوقي ولن يستطيع ان يجسد غير اهدافها التي تقتضي دعم الملكية العامة ورفض التبايز الطبقي وتطوير الوعي الاجتماعي للجماهير والمساواة والتكافؤ

وممارسة دور الرقيب الشعبي على المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية  
اثناء تأدية وظائفها .

ومن هنا يتحدد الموقف من الاعلام على اساس : -

- ١ - الاعلام .. جزء من البناء الفوقي او اداة تعبير عن مضمون هذا البناء وقاعدته ، بالكلمة او الصورة او المطبوع .
- ٢ - ومضمونه .. الفكر الاشتراكي العلمي ، كتمبير عن الثقافة القومية التقدمية والقيم الديمقراطية والوطنية .
- ٣ - ووظائفه .. ان يارس دوراً طليعياً وتقديمياً على النحو التالي : -  
أ - في عملية التغيير والتطور الثوري داخل المجتمع .  
ب - وكاداة نشيطة من ادوات نشر فكر الثورة وبرامجها .  
ومن ثم تتحدد مجالات نشاطه وفعاليته على اساس مضمونه ووظائفه :

- ١ - فلسفياً .. التزامه بالنظرية الاشتراكية فكراً وعملاً .
  - ٢ - سياسياً .. معاداته للاتجاهات التي تتناقض مع تطوير القاعدة الاقتصادية للنظام الاشتراكي .
  - ٣ - قانونياً .. دعمه للقوانين والتشريعات التي تساعد على دعم النظام القائم وتنظيم علاقته وترسخ قاعدته وتطورها .
- وهذا ما اشار اليه التقرير السياسي واكد على ان المرحلة المقبلة يجب ان تشهد الولادة الحقيقية والكاملة للاعلام الثوري ، وحدده كذلك ميثاق العمل الوطني عندما اكد بأن ((المرحلة الراهنة تشترط الاطارات والمهام التالية في حقول الثقافة والفنون والاعلام :

- ١ - ان اعلام الثورة وثقافتها وفنونها هو الذي ينطلق من النظرة القومية الديمقراطية الاشتراكية المتفاعلة مع الثقافة الانسانية عامة والتقدمية خاصة .
- ٢ - النضال الحازم والواعي ضد الافكار والنظريات والتيارات والاساليب التي تروج للطائفية والشوفينية والعنصرية والاقليمية وروح الانزمام .
- ٣ - الحفاظ على التراث العربي واستكشاف كل المعاني الانسانية والتقدمية فيه ونشره بين الجماهير والعالم .
- ٤ - توفير الامكانيات لبناء مؤسسات راقية للثقافة والفنون والاعلام .
- ٥ - النضال ضد النظرة السلبية الى العمل الثقافي والفني والاعلامي .

ان كل هذه المؤشرات تشير بشكل واضح الى مفهوم الاعلام واتجاهاته بالنسبة للقيادة السياسية في العراق ، وان الاعلام لن يستطيع أن ينجم او يتلام مع الاساس الاقتصادي الا عندما يكون انمكاساً له ومقى ما حصل الانفصال او الخلل في التوازن بين الحطين الاقتصادي والفكري يعني ترميض مستقبل التقدم الى خطر جدي ومسؤولية الاعلام تتحدد هنا بضمان التوازن والتعبير عنه بالضرورة ، كونه جزء من البناء القومي اولاً وعبر قيادته للنشاط الفكري ثانياً .

وليس هناك ما يمنع الاعلام من ممارسة هذه المسؤولية خاصة اذا درس وخطط له بطريقة ديناميكية وعلمية ، لان الاعلام في العراق ومؤسساته تنسم بالملكية العامة ، وأدارتها تتم من خلال المنظمات السياسية والمهنية والنقابية ووظائفها موضوعة في خدمة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي للمجتمع .

وقد حظي قطاع الثقافة والاعلام برعاية متميزة من قيادة الحزب والثورة ، كما حظي بمتابعتها المستمرة لسير تطوره وتوجيهها الدائم لتحسين أساليب عمله .. بل ، لقد حظي هذا القطاع برعاية مباشرة من قبل الرفيق القائد صدام حسين ، لهذا القطاع من اهمية في حياة الثورة والمجتمع ولما لدوره من تأثير مباشر على افكار المواطنين وتوجيهاتهم .. وفي الواقع فإن قطاع الثقافة والاعلام يعتبر من أكثر القطاعات الاجتماعية اتصالاً مباشراً - بحياة الناس وبرامج الحزب والثورة وبسياستها على مختلف الاصعدة وكان ولا يزال ساحة صدام رئيسية ... ويومية مع الثقافات والاتجاهات الفكرية المعادية والفريقية على فكر الحزب والثورة وراث الامة العربية وأداة هامة من ادوات التعبئة الجماهيرية حول الحزب والثورة ووسيلة لنشر الثقافة بين صفوف الجماهير وتعميق وعيها السياسي وارتباطها النضالي بالاهداف القومية والوطنية .

وأن باستطاعتنا أن نقول أن الحزب والثورة قد امتلکا الى مستوى مرضي اجهزتها الثقافية والاعلامية الملتزمة بمخطتها واهدافها التزاماً قوياً وصادقاً .. وعلى صعيد التوسع الاقوي اصبح قطاع الاعلام والثقافة يغطي مساحة واسعة من الحقول والاختصاصات اما في الجانب الابداعي فقد ازدهر العديد من الأنشطة الثقافية والاعلامية ، وعلى الاخص الفنون الموسيقية والفنائية والمعارض الفنية ومهرجانات الشعر ، وكان للصحافة والاذاعة والتلفزيون وحركة النشر دور واضح في تبئة الجماهير خلال فترة الحرب ضد نظام خيئي ، وفي رفع المنويات وادامة روح النصر وكسب التأييد لعدالة القضية التي يقاتل شعبنا من أجلها<sup>(١)</sup> .

ووسائل الاعلام بشكل خاص حظيت برعاية واهتمام كبيرين من الرئيس القائد المناضل صدام حسين (حفظه الله) وبشكل مباشر لكي تؤدي مهامها بالشكل



الصحيح والمخطط له ، يقول القائد « لكي تؤدي وسائل الاعلام مهامها بشكلها الصحيح فأنها بحاجة الى رعاية كبيرة .. أننا مطالبون بأن نبصرها ، وان نتعامل معها وننقدها في حالة الخطأ وكذلك غدها بوسائل القوة والتطور لكي تقوم بدورها في التوعية وفي الرقابة وبالاتجاه الصحيح»<sup>(١١)</sup>.

### الاعلام والتنمية (في العراق)<sup>(١٢)</sup>

يستطيع الاعلام أن يخدم ويرشد ويوجه عملية التنمية اذا توفر له عدد من المتطلبات والظروف الموضوعية بواسطة تطوير وعي الناس ومعلوماتهم عن طريق التوعية السياسية والثقافية والتوعية أيضاً بالعملية الانتاجية .

واذا تتبعنا علاقة الاعلام بالتنمية سنجد أن المعرفة التي يكتسبها الانسان من خلال عمارته ونشاطه اليومي تستوجب بالضرورة أن يتبادل المعلومات مع الآخرين ويتفاهم معهم لتنظيم وتطوير علاقاته ومن ثم تعيين اهدافه واساليبه ومع ان المعرفة هي نتاج الممارسة (انمكاس للواقع المادي) فأنها شرط لازم للتأثير في هذا الواقع ، فمن ميزات المعرفة الانسانية استيعاب وقتل التجربة الانسانية على مدى التاريخ البشري، والصلة بين الفكر والعمل ماهي الا تعبير عن التفاعل بينها ، وتأثير كل منها في الأخرى فالمعرفة ليست هي عنصر منفصل عن الواقع المادي ، بل نتاجه وبقدر ما يقني النشاط ، العمل (الممارسة) المعرفة الانسانية تقني المعرفة هذا النشاط وتقويه .. هذه العلاقة هي التي تحدد لنا شكل الصلة بين الاعلام كتمبير عن النشاط الفكري ، والتنمية كتمبير عن النشاط العملي في الواقع المادي ، هذه الصلة أو العلاقة بين الاعلام والتنمية هي من نوع العلاقات المضوية المتفاعلة والمتداخلة من بداية العملية حتى نتائجها ، الى درجة يصعب معها وضع تعريفات معينة ومحددة للاعلام أو التنمية ، خاصة في البلدان النامية دون أن يأخذ احدها من سمات الآخر وشروطه ، فالتنمية ليست مجرد احداث التراكم في القطاعات الاقتصادية ، وانما هي تستهدف وتقتضي التأثير في سلوك الفرد أو الجماعة ، فكما أن الهدف منها خدمة الجميع فلا بد من أن يتقبلها هذا المجتمع ويساهم فيها .

ومن الضروري أن ينظر للاعلام من خلال الصلة والعلاقة بينه وبين المحتوى الاجتماعي لعملية التنمية بوصفه احد العوامل الكثيرة التي تؤثر في الافراد والسلوك الاجتماعي ، بل أن الاعلام يعتبر اساسياً لكل عملية اجتماعية فهو في الحقيقة تفاعل المجتمع مع نفسه .

وللملاقة بين الاعلام والتنمية انمكاساتها في اتجاهات التنمية ومفاهيمها في بعض البلدان النامية بصورة عامة وفي العراق بصورة خاصة ، فمفهومها لا يقتصر على التنمية الاقتصادية فحسب ، بل يشمل مجمل حركة المجتمع وتغطية جميع جوانبه الاجتماعية والثقافية والعلمية والتغطية مجمل ميادين البناء الشمولي للانسان والمجتمع ، وان ما يميز تجربة العراق التنموية عن التجارب التنموية للدول النامية وحتى التغطية منها هو أن التراكم الاشتراكي لم يرتبط بأيرادات النفط للمدى البعيد الذي ينضب فيه النفط وإنما سيكون الناتج الصناعي والزراعي وميادين الانتاج الاخرى هي البديلة عن ايرادات النفط وهذا يؤكد قائد مسيرة البناء الاشتراكي الرفيق صدام حسين. في قوله « اما القيمة الأساسية والتأريخية لعملية التنمية والبناء الاشتراكي في العراق فلا تكمن في ما تحققة من تقدم ورفاهية لجاهير الشعب في هذه المرحلة فحسب ، وإنما تكمن في افاق المستقبل .. فعندما ينتهي النفط او يتحول العالم الى بديل آخر للطاقة ، لن تترك أرض العراق خراباً وإنما ستكون أرضاً مزدهرة تغطيها الزراعة المتطورة والتقدم العلمي الشامل ، كما تقوم فيها الصناعة المتطورة من صناعة الابرة الى الاستخدام المتطور للذرة للأغراض السلمية بعون الله »<sup>(١)</sup> والاعلام في العراق لن يستطيع العمل وتأدية دوره الا اذا استطاع ان يمسك حركة المجتمع الذي يوجد فيه ، لان فلسفة كل دولة ، السياسة والاقتصادية والاجتماعية تحدد حجم وسائل الاعلام ومهمتها ومضمونها وليس من شك أن هناك أكثر من دور ومهمة يستطيع أن يؤديها الاعلام لاجل التنمية وفي مقدمتها التأكيد على قيمة إنسانية الانسان ، لان الانسان ليس هو مركز عملية التنمية وهدفها فقط وإنما هو أيضاً المحرك الوحيد ، ان هذه الاهمية التي يكتسبها الاعلام ناتجة عن التطور الكبير الذي حدث في وسائله والذي اتاح له ان يتحول الى قوة عظيمة لما تأثيراً غير محدود على مختلف نواحي الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية ، ومن ثم تحول الى سلاح هام يستخدم في جميع المجالات الانسانية والى جانب هذا فهو اساساً جزء من النظرية الاتصالية ويمارس من خلال وظائفه مثل الاخبار والتوجيه والترفيه ، واشكاله مجتمعة مثل الدعاية والتحرير والتحكم في الرأي العام وغير ذلك ، دوراً ايدولوجياً مهماً في التمجيد ببرامج التنمية وتهيئة الشروط الموضوعية لتنفيذها وتقويمها وتحديد اتجاهاتها من خلال التوعية السياسية والثقافية والاجتماعية ، والتي يمارسها بحكم كونه اداة تعبير عن البناء الفوقي ، المتمثل بالمؤسسات السياسية والثقافية والقانونية وكونه قائداً للنشاط الفكري من خلال جمع المعلومات ودراستها ومعالجتها ونشرها .

## متطلبات التخطيط الإعلامي : -

التخطيط للأعلام كأى تخطيط آخر يقتضى توفر عدد من الامور الأولية قبل وضع الخطة ، من ذلك مثلاً .

- ( ١ ) الإحصاءات والمعلومات والدراسات والبحوث .
- ( ٢ ) كادر فني متمرس قادر على تنفيذ الخطة .
- ( ٣ ) هيئة مركزية متخصصة لها القدرة الفنية على صياغة الخطة وأخذ قرار تنفيذها ومتابعتها أيضاً .

وليس في مقدور أي تخطيط أن يضع أو يصمم خطة دون توفرها مسبقاً ، التخطيط هو التنبؤ بالمستقبل ، لكنه مبني على وقائع ومعلومات مادية وليس تنبؤاً مبنياً على التنجيم والعرافة ، واذا هو تنبؤ معلل علمياً ، ودون تهيئة المعلومات عن هذه الوقائع ، ودون أن تكون مؤكدة علمياً وواقعياً ، لن يمكن وضع تخطيط سليم ، تخطيط يسمح بالتنبؤ بنتائج المستقبل .

## ( ١ ) الإحصاءات والمعلومات والبحوث الإعلامية : -

### أ - الإحصاءات : -

إذا نظرنا الى الإحصاءات المتوفرة في العراق عن الأعلام ووسائله وملحقاته فلن نجد فيها الا النزر اليسير ، وخاصة الإحصاءات التفصيلية عن إذاعة بغداد وصوت الجماهير وتلفزيون بغداد ، ومحطات المخابرات ، والإحصاءات المتوفرة هي إحصاءات كمية .

كما لا نجد إحصاءات تفصيلية عن حركة توزيع الكتب من حيث مصادرها العراق أو المنطقة العربية أو حسب موضوعاتها ، اجتماعية ، سياسية ، اقتصادية ، ثقافية عامة ... الخ ، علماً بأن الأرقام تشير الى أن القارئ العراقي قارئ جيد للكتب والشئ نفسه يمكن أن يقال عن بقية وسائل الأعلام حيث لا تتوفر المعلومات التفصيلية عنها ، وهذه الإحصاءات لها أهمية كبيرة لوضع أي تخطيط أو خطة إعلامية .

## ب - المعلومات :-

والى جانب الإحصاءات لابد من توفر المعلومات ، وخاصة تلك التي تتعلق بالتطور المادي والفكري وتطوير شخصية الانسان الذي يمثل محور العملية الاعلامية ، وتخطيط الاعلام بدون توفر المعلومات عملية غير مجدية وغير علمية . ان صلاحية الاعلام الموجه الى جماهير وسائل الاتصال تعتمد على المعلومات الوافية من جماهير هذه الوسائل وعنها ، واذا أريد أن يكون نافعا فلا بد أن يكون مبنياً على الحقائق لاعلى الحدىس والتخمين ، وتوفر المعلومات عن النظام الاجتماعي السائد وعن التطور الاجتماعي وأهداف النشاط الانساني والقوانين التي يعمل بموجبها المجتمع وتحديد طبيعة تكوينه والمعلومات عن تقييم النشاط الجماعي للناس ، وكذلك المعلومات عن الأفكار والمعتقدات والمعايير الأخلاقية وعلاقات الناس فيما بينهم إضافة الى القوى الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المسيطرة في المجتمع ، جميع هذه المعلومات وغيرها تعتبر شرطاً لازماً لأي تخطيط اعلامي يمكن وضعه ، وبدونها يتحول التخطيط الى ضرب من ضروب الخيال .

## ج - البحوث الاعلامية :-

وتمثل البحوث الاعلامية مطلباً ملحاً للتخطيط الاعلامي الى جانب الإحصاء والمعلومات وبخاصة مايتعلق بدراسة اتجاهات الجماهير وسلوكها وعاداتها الاتصالية ، وكما يقول شرام : ليس البحث سوى وسيلة من وسائل متعددة تزود وسائل إتصال الجماهير وقادة التنمية القومية بمدى تجاوب الجمهور والآثار التي وقعت عليه ، ولعل نفعه الخاص بالمقارنة بالوسائل الأخرى هو أنه ثقة يعول عليه كما انه بمقدرة بحوث الاتصال أن تظهر الفعالية الأساسية للجماهير من حيث أن عملية الاتصال هي التي تعطي شكلاً وكياناً ومعنى للمجتمع والى جانب ذلك فأن بحوث الاعلام لم تعد تلك التي تقتصر على عنصر واحد من عناصر الاعلام وأما لابد أن تتناول الموقف الاعلامي التكامل والذي يحوي عناصر متعددة ومتراطة كالمرسل والوسيلة والمستقبل والرسالة ذاتها وخصائص الجماهير ومقومات الاعلام والاتصال بها .

## ( ٢ ) كادر فني متمرس قادر على تنفيذ الخطة :-

يمثل وجود الكادر الفني وتوفره احد المتطلبات الرئيسية للتخطيط الاعلامي وليس من شك في ان نجاح اي خطة يتوقف الى حد كبير على كفاءة الكادر وثقافته وقدرته على العمل .

والتخطيط الاعلامي يحتاج الى نوعين من الكادر : -

- أ - كادر فني تكتيكي ، قادر على تشغيل وسائل الاعلام وصيانتها وهذا يدخل في اطار خطة توفير الكادر الفني في نطاق التنمية واحتياجاتها .  
ب - كادر فني اعلامي ، متدرب ومتخصص في اعداد المادة الاعلامية في الصحافة او الراديو او التلفزيون والمجالات الاعلامية الاخرى . النوع الاول لا يدخل في اختصاص المخطط من حيث تدريبه وتهيئته وانما تقدير حجمه فقط ، اما النوع الثاني فهو ما يجب تخطيط كيفية تهيئته واعداده .

ومن اولى الشروط التي لا بد ان يمتلكها الكادر الاعلامي القدرة على نقل المخطط الاعلامية الى وقائع يومية يعيشها القاري مع صحيفته والمستمع مع اذاعته والمشهد مع تلفزيونه . ولعل التربية الايدلوجية للكادر الاعلامي وتوجيه تفكيره وسلوكه توجيهياً انسانياً يمثل شرطاً اساسياً مسبقاً اذا اريد لاي تخطيط اعلامي ان يعطي مردوداً ايجابياً على مستوى التأثير في الجماهير وقيادة نشاطها الفكري .

لذلك لن يستطيع المخطط الاعلامي ان يسقط من حسابه الكادر الاعلامي عند وضعه لاي خطة . فوجود الكادر يمثل مطلباً ملحاً واساسياً ، ولا يمكن ان يتم هذا الا عن طريق العناصر الملائمة ووضع خطة لتدريبها على النوعيات المختلفة للعمل الاعلامي وعلى مستوياته وقروعه كافة .

### ( ٣ ) هيئة مركزية متخصصة :

تبرز الى جانب المعلومات والاحصاءات والكادر اهمية وجود هيئة تخطيط مركزية ، كأحد المتطلبات اللازمة والضرورية لانجاز اي خطة قصيرة المدى او متوسطة او بعيدة المدى .

وبالتأكيد فإن هذا الشرط ليس مسألة ثانوية وانما يمثل مطلباً رئيسياً الى جانب أهميته :

اولاً : - لان التخطيط اسلوب علمي للتنبؤ بنتائج العمل الاجتماعي المقبل ويستقبل العلاقات الاجتماعية .

ثانياً : - لان التخطيط يحتاج الى جهود ضخمة وخبرات متنوعة في الوقت ذاته خبرات تمثل اختصاصات ، ذات قدرات فنية عالية في اساليب التخطيط وطرقه .

ثالثاً : - لان التخطيط لا يعني فقط التنبؤ ، وانما هو قيادة وإدارة ، قيادة النشاط الاجتماعي وتوجيهه ، وإدارة العملية التخطيطية وخصوصاً في مراحل التنفيذ وهذا يقتضي ليس بوجود هيئة تخطيط مركزية فلا بد أن تتوفر مقومات معينة واسباسية في هذه الهيئة اي لابد ان تمتلك : -

- أ - خبرة في التخطيط والعمليات التخطيطية .
- ب - قدرة على وضع الخطة ورسمها .
- ج - ثقة في اقرار نتائجها .
- د - نظرة علمية لكيفية تصميمها .
- هـ - ان تكون على صلة بالنشاط الاجتماعي العام والنشاط الاعلامي بشكل خاص ، وعلاقة كل منها بالآخر .

وذلك لان التخطيط الاعلامي هو تنظيم ثم سياسة ، وخطة تربط التنظيم بتلك الأهداف التي تمرير عن جوهر السياسة ، وتحديد بالتالي نطاق التحرك سواء في المستقبل القريب أو المستقبل البعيد ، وأهمية وجود هيئة تخطيط مركزية ، تنصب بصورة اساسية على ضمان تحقيق الترابط والعلاقة بين النشاط الاجتماعي وأهدافه في اطار سياسة عامة ومحددة . لذلك لابد من ان يراعى عند تشكيل هيئة تخطيط مركزية لتخطيط الاعلام مايلي : -

- ١ - تمثيلها للاختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الاعلام والمعلوم ذات العلاقة بالنشاط الاجتماعي عامة والنشاط الفكري خاصة .
- ٢ - ان تمنح سلطة وضع الخطة الاعلامية ، واقرار تنفيذها في اطار ايدولوجية السلطة السياسية والنظام السائد .
- ٣ - تمكينها من الحصول على المعلومات المطلوبة والفردية لوضع وتصميم الخطة العملية .
- ٤ - توفير الامكانات للمادية والفنية للهيئة التي تتطلبها عملية انجاز الخطة .
- ٥ - تحويلها حق اختيار الوسائل والاساليب والكادر الذي تحتاجه الخطة واقرار استخدامها .

لذلك فإن التأكيد على أهمية التخطيط لم يعد يثير الاهتمام بقدر التأكيد على كيفية وضع خطة ناجحة ومتكاملة ، وهذه هي وظيفة هيئة التخطيط المركزية للاعلام .

## خطوات التخطيط الاعلامي : - (١٤)

ليس التخطيط الاعلامي عملية مجردة من محتواها وعلاقتها كما انها لاتم في فراغ ، لذا لابد من تحديد خطواتها في اطار الواقع القائم والاحتياجات والامكانيات المتوفرة ، والعملية التخطيطية عموماً تقتضي تحديد عدد من الخطوات قبل البدء في وضعها وفي مقدمتها :

( ١ ) تحديد الاهداف .

( ٢ ) تحديد الوسائل .

( ٣ ) تحديد الاساليب .

## ( ١ ) تحديد الاهداف : -

ان اول خطوة في العملية التخطيطية هي تحديد الاهداف ، وبالتأكيد فإن الامر ليس سهلاً وانما يستوجب معرفة مستوى التطور المادي والفكري للمجتمع ، ومستوى العلاقات الاجتماعية السائدة والسلوك الاجتماعي تجاه الماديات والمتنوعات والافكار ومدى الالتزام بها .

ان تحديد الاهداف عملية معقدة وصعبة تقتضي التعرف على مجمل الوضع الاجتماعي والوضع النفسي والخط السلوكي والبناء الفكري للناس ، وتحديد الاهداف هو تحديد درجة احتياج المجتمع الى قضية ما ، ومستوى هذه الحاجة عند مقارنتها مع الحاجات الاجتماعية الاخرى .

وتحديد الاهداف لا يقتصر على اهداف عامة ومجردة وانما يقتضي النظر اليها من حيث الاهداف النوعية والكمية والاهداف المحددة والمرنة والاهداف الرئيسية والثانوية ومميزات كل منها :

## أ - الاهداف النوعية والكمية : -

الاهداف النوعية هي تلك الاهداف التي لا يمكن قياسها رقمياً مثلاً يأخذ المخطط بنظر الاعتبار دعم الاتجاهات الحديثة في كتابة القصة أو الشعر الحر ، ودعم المواهب الموسيقية الجديدة ، او دعم السلوك الجماعي او تشجيع الاغنية الحفيفة والقصيرة ، او دعم المسرح الحديث بواسطة البرامج والمواد الاعلامية التي تقدمها وسائل الاعلام من اذاعة وتلفزيون وصحافة او وكالة أنباء .. اما الاهداف الكمية فهي تلك الاهداف التي يمكن قياسها رقمياً مثلاً عدد الاميين الذين استطاع

التلفزيون أن يعلمهم القراءة والكتابة ، او عدد الافلام التسجيلية عن خطط التنمية التي يقدمها ، او عدد الاخبار التي تبثها الوكالة ، او عدد المواضيع التي تنشرها الصحافة .

#### ب - الاهداف المحددة والاهداف المرنّة : -

اما الاهداف المحددة فهي تلك التي يمكن التنبؤ بها بواسطة القياس الكمي المحدد ، كأن يضع المخطط في حسابه عقد كذا دورة للعاملين ، أو اجراء كذا تحقيق وندوة عن الجمعيات الفلاحية ، أو القيام بكذا زيارة للمعامل وتقديم كذا ندوة عن خطط وبرامج التنمية ، اما الاهداف المرنّة فهي تلك التي لا يمكن تحديدها وإنما توضع داخل حدود دنيا وعليا ، كأن يقول بأن المساحة الزمنية لبرامج الترفيه في الاذاعة يجب أن لا تزيد عن ٥٠٪ ولا تقل عن ٣٠٪ وهكذا في ما يتعلق بالاهداف ، مثلا الاحاديث الاذاعية او التلفزيونية والمقالات الصحفية . فتحدد مثلا نسبة اللغة الفصحى فيها بـ ٤٠٪ ويشترط أن لا تزيد عن ٦٠٪ او ان نسبة اخبار الزراعة والصناعة تحدد بما لا يقل عن ٢٠٪ ولا تزيد عن ٤٠٪ وهكذا في ما يتعلق بالاهداف العامة والخاصة التي ينبغي تحديدها .

#### ج - الاهداف الرئيسية والاهداف الثانوية : -

لا بد من تحديد الاهداف الرئيسية والاهداف الثانوية المشتقة منها ، ان تحديد الاهداف الرئيسية في أي تخطيط وخاصة التخطيط الاعلامي ، لا يعني استثناء الاهداف الثانوية والوسيلة وإنما يعني تحديد مجال عمل الاعلام ومؤسساته في خلال فترة زمنية ولذلك لا يكفي تقرير الاولوية العريضة للاتصال ، بل لا بد أن تكون اولويات داخل الاتصال ذاته .

#### ٢ تحديد الوسائل : -

بعد تحديد الاهداف لا بد أن يقوم المخطط الاعلامي بتحديد الوسائل التي ينوي استخدامها في تنفيذ خطته ، أخذاً بنظر الاعتبار عدداً من الظروف الموضوعية التي يتسم بها الواقع الاجتماعي وبشكل خاص البناء الفكري والثقافي للجماهير على اختلاف فئاتها ومستوياتها .



ان التخطيط الاعلامي أياً كان ، طويل المدى او متوسط المدى أو قصير المدى ليس مقصوداً لذاته ، بل الفرض منه تحقيق اهداف معينة كتنسيق عملية جمع المعلومات وتنظيمها وصياغتها واعادة بثها وقيادة النشاط الفكري الاجتماعي ، والتخطيط يتميز عموماً وفي البلدان النامية على وجه التحديد بخصائص منها .

- أ - ارتباطه بمستوى تطور الجماهير الفكري والمعرفي .
- ب - مستوى العلاقات الاجتماعية السائدة والاسس التي تحكمها .
- ج - مدى تأثير المؤسسات والاسس التي تحكمها
- د - مدى تأثير المؤسسات السياسية وفي مقدمتها السلطة السياسية على الجماهير .

ولكل عامل من هذه العوامل تأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة على كيفية اختيار الوسائل ونوعيتها ، بل هي تفرض بالضرورة على المخطط الاعلامي أن يتمتع جيداً في وسائله المتوفرة ويقرر أنها أكثر فعالية وأقدر على التأثير في الجماهير وتحقيق الاستجابة لديها من غيرها .

إن تحديد الوسائل يقتضي قبل كل شيء معرفة الوسائل المتوفرة ، ومعرفة امكاناتها أيضاً ، ثم انه يقتضي أيضاً التعرف على الوسائل التي يمكن استخدامها .

وظروف البلدان النامية وماتماز به تفرض هي الاخرى على المخطط الاعلامي أن ينتقي وسائله بصورة محكمة من حيث الفاعلية والتأثير وتحقيق الاستجابة لدى الجماهير .

### ( ٣ ) تحديد الاساليب : -

التخطيط الاعلامي ليس فقط تحديد الاهداف والوسائل وانما يحتاج الى تحديد الاساليب أيضاً ، فكثيراً ما وضعت أهداف عملية واستخدمت وسائل متقدمة ، الا أن النتائج كانت سلبية ، فالاعلام يتميز عن النشاطات الاجتماعية الاخرى بكونه يتعامل بالكلمة والفكرة ، وينفذ الى الشعور والمواقف والرغبات ، ومجاله الجماهير وغرضه اقناعها وقيادة نشاطها الفكري .

وتحديد الاساليب يهدف اساساً الى ضبط عملية التعامل بين الاعلام وجماهيره لانها لا تمثل كماً هلامياً وانما هي كماً فاعلاً واعياً يتميز بحركته وفعالته ونشاطه الفكري والعقلي ، وملك القدرة على تمييز المعطيات الايجابية والسلبية ، وتمثل تجربته التاريخية والتراث الفكري الانساني . أن التركيب الاجتماعي غير المنسجم للجماهير ( عمالاً ، فلاحين ، برجوازيين وفئات اخرى ) والتفاوت في المعلومات

(أُميون ومتعلمون ومثقفون) ينمكس على العملية الاعلامية ذاتها ، وأن انتشار المعلومات والافكار وتبادلها بين الناس لايتخذ شكلا واحداً او نموذجاً واحداً ويجب أن يؤخذ بتعدد الاساليب في اي عملية اعلامية ، ويفترض ايضاً دراسة الواقع الاجتماعي والسيكولوجي للجماهير وكذلك دراسة اهتماماتها ومصالحها وأتجاهاتها فضلاً عن التعمق في أدوار هذه الاتجاهات لاكتشاف جذورها وامكانية تشجيعها اذا كانت مفيدة او تعديلها وتغييرها اذا كانت ضارة ، وفي ضوء ذلك يمكن التعرف على الاساليب الاعلامية الممكنة ومدى تأثيرها على الجماهير ، اذ أن العبرة ليست في ما يتاح ويتوفر للاعلام من امكانيات مادية ومعنوية ، وأما تكمن في قدرة اجهزة الاعلام ومؤسساته على الاستفادة من هذه الامكانيات في الوصول الى تحقيق اهداف التخطيط الاعلامي .

أن التعرف على الاساليب الاعلامية السليمة وتحديد لها يمثل خطوة اساسية ومكملة للعملية التخطيطية ويعد للقيام بجميع المهام الملقاة على الاعلام وبشكل خاص في مراحل التنمية ووضع الخطط الاعلامية على مستوى بعيد المدى او متوسط المدى او قصير المدى .

#### اسس التخطيط الاعلامي : (١٥)

أن أية خطة اعلامية لايد أن تأخذ بنظر اعتبارها مايلي : -

- (١) الاحاطة بالامكانيات المتوفرة لتنفيذ الخطة الاعلامية والوصول الى الهدف المطلوب وهذه الامكانيات تشمل الاجهزة الميكانيكية والعناصر البشرية اللازمة لاداء العملية اضافة الى القدرات المادية المتوفرة .
- (٢) قياس ودراسة اتجاهات الرأي العام في الداخل والخارج ، بهدف التعرف على الاتجاهات المعارضة للآراء والمواضيع التي تطرحها وسائل الاعلام وكذلك قنوات التأثير والوصول الى الرأي العام .
- (٣) وضع ظروف السياسة الدولية والخارجية موضع الاعتبار عند تنفيذ العملية الاعلامية .
- (٤) أن ينصرف تنفيذ العمل الاعلامي للتطبيق ضمن الميادين التالية .

١ - الميدان السياسي: أو فيه يتم تنفيذ الخطة الاعلامية وفقاً لما تم التوصل اليه من معلومات حول الاوضاع السياسية القائمة واتجاهات الرأي العام في الداخل والخارج وفي المحافل والمنظمات الدولية .

- ب - الميدان الاجتماعي : وتوضع الخطة الاعلامية هنا وفقاً للاوضاع الاجتماعية السائدة وطبيعة التركيب الاجتماعي ومدى تجاوبه وتأثره بالاجهزة الاعلامية عند ادائها لوظيفتها .
- ج - الميدان النفسي: او فيه يجب أن توضع الخطة الاعلامية بناء على الدراسات والبحوث التي اجريت حول اوضاع الجمهور النفسية والسلوكية واساليب استقلته والتأثير عليه لتحقيق الاهداف المرسومة .

## ((المصادر))

- (١) بركات ، فيصل حسين ، « دور الإعلام في الدول النامية » م - ذ - س .
- (٢) د - أمام ، أبراهيم « الاعلام والاتصال بالجههير » ، مكتبة الانجلو المصرية الطبعة الثانية ، ١٩٧٥ .
- (٣) نفس المصدر السابق .
- (٤) د . حامد ربيع ، « الحرب النفسية في المنطقة العربية » ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٤ .
- (٥) رمضان حسن مبارك ، « التخطيط الاعلامي في الدول النامية » ، رسالة ماجستير كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٦ .
- (٦) بركات ، فيصل حسين ، « دور الاعلام في الدول النامية » ، م - ذ - س .
- (٧) محسن ، حميد جاعد ، « التنمية والتخطيط الاعلامي في العراق » ، دار الرشيد للنشر ، بغداد ، ١٩٧٩ .
- (٨) حزب البعث العربي الاشتراكي - العراق - التقرير المركزي للمؤتمر القطري الثامن - دار الثورة ، بغداد ، ١٩٧٤ .
- (٩) حزب البعث العربي الاشتراكي - العراق - التقرير المركزي للمؤتمر القطري التاسع ( حزيران ١٩٨٢ ) الدار العربية ، بغداد ، ١٩٨٣ .
- (١٠) لطيف نصيف جاسم ، « لماذا نجحنا ؟ لماذا أخفاق العدو ؟ » ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ١٩٨٦ .
- (١١) محسن ، حميد جاعد ، « التنمية والتخطيط الاعلامي في العراق » ، م - ذ - س .
- (١٢) الرفيق صدام حسين ، « عقيدتنا ولدت من ضمير الأمة وتراثها العريق » ، دار الحرية للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٠ .
- (١٣) محسن ، حميد جاعد ، « التنمية والتخطيط الاعلامي في العراق » ، م - ذ - س .
- (١٤) نفس المصدر السابق .
- (١٥) بركات ، فيصل حسين ، « دور الاعلام في الدول النامية » ، م - ذ - س .



التخطيط والبرمجة الاداعية  
والاقتصاديون

---



## الفصل الثالث

### « التخطيط والبرمجة الإذاعية والتلفزيونية »

الإذاعة والتلفزيون والمتمع والمُشاهد : -

هـب أن إذاعة تقدم أجود برامجها ولكن لأحد يلتقطها فما هي فائدة هذه الإذاعة ؟ ان سايكلوجية مخاطبة الجماهير تتطلب فهم نفسية الجماهير وتنسيق المواد الإذاعية وبرمجتها من اسباب نجاحها والمكس صحيح .

الإذاعة تضع اقتراضاً يجب ان لا تحيد عنه وهو : -

أذا كان هناك مستمع أو مُشاهد واحد ينصت اليك في اللحظة التي تبث فيها فعليك ارضاء هذا المستمع او المُشاهد وكسبه ، فلماذا ؟ .

من اهم اسباب نجاح الإذاعة والتلفزيون ومن اولى مهامها دراسة نفسية مستمعيها ومشاهديها والبرمجة الإذاعية الناجحة هي التي تعتمد التخطيط والمراقبة في آن واحد .

وليس من شك في ان المستمع بصورة خاصة الذي لاتشده إذاعة ما يتحول عنها الى إذاعة اخرى بكل يسر وسهولة فهناك عشرات المحطات الإذاعية ان لم نقل المئات فكيف تحصل على مزيد من المستمعين وخاصة ان أكثر الاذاعات المعادية تجتهد في كسب المستمع او (المُشاهد) وتحتال عليه بما يفري من مواد وفقرات خلال برنامجها العام والموجه ، ان تقسم فترة البث الإذاعي الى اوقات والاوقات الى ساعات والساعات الى دقائق حسب الفصول واختيار المادة المناسبة في الوقت المناسب يوصلنا الى سلم النجاح في البرمجة الإذاعية الناجحة ثم هناك حقيقة لا بد من معرفتها وهي راحة المستمع والمُشاهد ورغبته بجانب شوقه للمعرفة والأطلاع والترفيه عن نفسه في آن واحد وإن ادراك هذه الحقائق قبل اي تخطيط برمجي وفي اثناء تنفيذ الدورة الإذاعية يساعد على اصابة الهدف .

فرضا المستمع والمُشاهد غاية لاتدرك بسهولة ويسر وهي بالتالي تستلزم عدة عوامل يجب توفرها والايمان بها والعمل بموجبها .

فالوقت المناسب بجانب الصوت الجميل واللقاء الجيد يستلزم مادة جيدة وجديدة ووقتاً مناسباً واخراجاً متكاملأً بجانب الموسيقى والمؤثر وكذلك الالتزام .

فهذه العوامل مجتمعة تساعد على النجاح بدون شك ، ومن الحقائق التي تتصل بنجاح هذا البرنامج أو ذاك هو الأقبال عليه ومتابعته ، حيث تحقق الألفة بين مقدمه والسمتع اليه ومشاهده ، وكذلك يرتبط نجاح البرنامج بشخصية مقدمه ، ويمكن على سبيل المثال أن يذكر في هذا الصدد ، برنامج « الرياضة في أسبوع » ويقدمه السيد مؤيد البدري وبرنامج « العلم للجميع » ومقدمه السيد كامل الدباغ وكذلك لا تستمع الى برنامج ما يطلبه السمتعون الا بصوت امل المدرس وهكذا ...

فحين يصادف السمتع صوتاً من الاصوات تساعده هذه الصداقة على تقبل المادة بل انتظارها ثم تنمية العلاقة بين السمتع أو المشاهد وصوت ماهي غاية النجاح وهي بالتالي توصل الى هدف الاذاعة في ايصال مادتها وما تحتويه من فكرة أو افكار الى السمتعين والمشاهدين بيسر .

وقد اعتادت بعض الاذاعات العربية على تقديم اسماء المنفذين والممثلين والكتاب او المؤلفين وكذلك المخرج قبل اعلان اسم المادة .

والسبب ان صداقة المشاهد او السمتع وتعلقه بأسماء معينة محفز لسامع أو مشاهدة المادة المذاعة ومن العوامل المساعدة لنجاح أي برنامج .

ويعني هذا كسب السمتع (أو المشاهد) وربطه بالاذاعة منذ اللحظات الاولى لتقديم تلك المادة . التخطيط اذن ليس كل شيء بل هو جزء من نجاح الاذاعة وتحقيق رسالتها والعمل الاذاعي والتلفزيوني عمل جماعي يعتمد على مجموعة عناصر وتضافر فيه مجموعة من الطاقات كما يتكامل ويضمن نجاح المادة الأذاعية<sup>(١)</sup> .

### كيفية بناء المنهاج العام للبرامج : -

ان الصفة المميزة لجمهور الاذاعة والتلفزيون هي ثباته النسبي تقريباً والذي يمارسه الراديو والتلفزيون على السمتع او المشاهد ضمن الجو العائلي يستدعي طريقة مميزة في بناء المنهاج العام للبرامج ولأول مرة في تاريخ وسائل الاتصال الجماهيري جعل الراديو والتلفزيون ان بالامكان مخاطبة نفس السمتعين او المشاهدين كل يوم وبأسلوب مخطط . ان هذه الامكانية تمد تقريباً القيمة الاعظم والاكثر تأثيراً للنشر الاذاعي والتلفزيوني لهذا فان الاتصال المنظم مع الجمهور يتطلب بصورة منطقية منهاجاً اذاعياً وتلفزيونياً مخططاً ومنظماً . ان البرامج الاذاعية والتلفزيونية المختلفة



المدة من قبل هيئات التحرير تعتبر في نظر مخرج المنهاج مجرد مواد بنائية للشكل المستقبلي للمنهاج وفي الوقت الحاضر فان الاسبوع يعتبر وحدة البرمجة في معظم اذاعات العالم.. وهذا يعني ان كل اسبوع يعتبر وحدة البرمجة الاساسية والذي يشهد عملية اقام واعادة الحلقات الرئيسية من مواضيع المنهاج المرجع عرضها لفئات مختلفة من المستمعين والمُشاهدين كالفلاحين والعاملين والطلبة والاطفال وعلمي العلوم... الخ لهذا السبب تكون شبكة البث اسبوعية اي انها توزع دقيق وثابت على ايام الاسبوع وساعاته بل ودقائقه .

ومن موائد هذا التوزيع انه يتيح لفرق العمل هيئات التحرير ان تنسق عملها وذلك لعرض برامجها في اوقات محددة . وان هذا التوزيع له غرضان :

الاول : - إنه ينسق نشاط وانتاج هيئات التحرير (حجز الاستوديو وقت التصوير ، عمل الاقسام المساعدة الخ) .

الثاني : - إنه ينظم ادراك المستمعين والمُشاهدين عن طريق تقسيمهم الى مجاميع وفقا لميولهم وتدريبهم على المشاهدة المنظمة والتي هي منظمة بدرجة خاصة بسبب تنامي حجم البث وتطور البث المتعدد المناهج .

إن وضع سياسة عامة للمنهاج والتخطيط والتنسيق بعيد وقريب المدى (بضمحه بناء البرنامج اليومي) مهمة يجب ان تتولاها ادارة خاصة (هيئة) .

- ان اعداد وتخطيط المناهج او البرامج الاذاعية والتلفزيونية هو وقتي دائماً من حيث المكان ذلك لأن المنهاج عبارة عن حزام ناقل مستمر نسبياً بمحدود زمنياً ذو مواد متتابعة لمواضيع مختلفة في اصناف متنوعة ، لهذا فأن تشكيل الحزام الناقل يجب ان يتحدد بقوانين متميزة معروفة من قبل خبراء تخطيط واعداد برامج وكما في الصحيفة المطبوعة فأن المد يدأ بترتيب المواد وفقاً لأهميتها السياسية والاجتماعية الخ . وهذا يعني ان الاعداد والتخطيط وفقاً للمضمون هو المرحلة الاولى للبرمجة المحددة . ان الطول المستمر والمتتابع للبث الاذاعي والتلفزيوني يلزم مخرجي المنهاج بأن يضعوا في حساباتهم الجوانب النفسية لأدراك المستمع او المشاهد ، فتدقق المعلومات من الاذاعة والتلفزيون ينمو بشكل مستمر وخلال غوه يتعرض لمشكلة ما تدعى بالقدرة المحدودة لاستيعاب المواطن لحجم التقارير لهذا يجب الانتباه الى ضرورة توزيع التقارير على فقرات البرنامج العام بشكل يتيح للمستمعين او المُشاهدين حرية الاختيار وفرصة الاستيعاب ففي السينما تحدد الحركة القصوى للمواد المتحركة على الشاشة بـ ١٥٠ - ١٨٠ دقيقة ، ولهذا يجب ان يؤخذ بنظر الاعتبار تشتت العائلة عند تقديم برامج بهذا الطول . لقد توصل علم النفس التجريبي الى حقيقة ان اية مادة تتطلب في البدء فيها عالياً ثم يقل هذا

الفهم تدريجياً أي أن الإدراك الفعال لها يبدأ بالتناقص ، وهذا ما يدفعنا إلى إدراك البديهة التالية وهي أن المواد الجديدة ذات المضمون العلمي يجب أن يخطط لها وتوضع بشكل خاص في بداية المنهاج اليومي وفوراً بعد تقديم نشرة الأخبار ثم يبدأ بتخطيط وترتيب المواد التي تليها وفقاً لمبدأ السهولة المتزايدة وتغير المواضيع التي تثير الانتباه أي وفقاً لمبدأ القوة الحركية المتزايدة . أن التخطيط والاعداد وفقاً للمضمون يعني الاعتماد بالضبط على طبيعة المستمعين والمُشاهدين في هذه الساعة أو تلك من اليوم ، وقد أصبح هذا المنصر حاسماً بعد أن زاد حجم البث الإذاعي واستغل التلفزيون متعدد المناهج وهكذا فإن الساعات الأولى من الصباح يفضل أن تخصص للجمهور كافة الأخبار والنصائح الطبية والطرائف الصباحية ، الخ وتليها البرامج الموجهة إلى ربات البيوت تتبعها البرامج المخصصة للأطفال ثم تكرار البرامج التي أذيعت في اليوم السابق لفائدة المستمعين والمُشاهدين الذين لم يتيح عملهم فرصة سماعها أو مشاهدتها . فنرى مثلاً التلفزيون عكس السينما يسمح بتوسيع الحدود الزمنية للمشاهدة نظراً للظروف الماثلة للمشاهدة وهي الإيقاع البطيء نسبياً في المونتاج والاتصال المباشر مع المُشاهد وغزارة الأشكال (التحديث) الثابتة نسبياً ولهذا يفضل أن لا تزيد مدة بث العناصر المستقلة في المنهاج على ٩٠ دقيقة ، وبالتحديد يجب أن لا يزيد البرنامج الصحفي والبرنامج العلمي على ٣٠ دقيقة بينما يجب الانتباه إلى أن برامج الترفيه تتطلب وقتاً يتراوح بين ٦٠ - ٩٠ دقيقة أما منهاج المساء فيجب أن يكون أقل اختلافاً أي يجب أن يجتاطب أكبر عدد من الجمهور وحق في هذه الفقرة يجب أن يؤخذ اختلاف ميول المُشاهدين بنظر الاعتبار ، ثم أن المُشاهد أو المستمع لا يستطيع مشاهدة أو سماع البرامج دفعة واحدة لمدة خمس أو ست ساعات متتالية . ولابد من السؤال مرة أخرى كيف يجب أن يبنى المنهاج بالنظر لتنوع الصنف الذي يضم مواد متقاربة ؟ هناك ترابط داخلي بين الأعداد وفقاً للصنف وبين الأعداد وفقاً للمعنى ، فالبرامج الجديدة التي تستدعي تفكيراً وتثير خيال المُشاهد أو المستمع وتؤجج فيه العاطفة يجب أن توضع في الثلث الأول من المنهاج وأن توقت بشكل يتيح فيه لأكثر عدد من المستمعين سماعها والمُشاهدين مشاهدتها . بينما يجب أن تبقى مواد الصنف الخفيف والنشرات الإخبارية الحتمية والأخبار الرياضية وما شابه ذلك في الثلث الأخير من المنهاج للمعنى لذلك فمن المهم جداً ملاحظة البرامج المتقاربة ومضمون المنهاج بالنسبة للمعنى والصنف . أن عناصر المنهاج غالباً ما تكون حيادية وذلك لأن نشاط الإدراك في هذه الحالة مستمر ، لهذا السبب يتوجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار في أعداد المنهاج (القوة الاستمرارية للحالة العاطفية) التي يخلقها البرنامج السابق . ومن الصعوبة بمكان أن نتوقع أن يستمع أو يشاهد المنهاج أي شخص منذ البداية وحتى النهاية . ، لهذا السبب يجب أن

يكون هنالك تطويرا مستمرا لاعداد غاذج جديدة من المناهج تتلاءم مع اوقات شرائح المستمعين او المشاهدين . كذلك يجب ان يعد ويخطط للمناهج بطريقة يمكن بها الانتقال من موضوع الى اخر اخذين بنظر الاعتبار اختلاف الاعمار وفارق المستويات الثقافية والاهتمامات ... الخ ، ويعني اخر من الضروري في التخطيط والاعداد السمي الى التغيير الدوري في حجم الجمهور مثلا (من منوعات تستمر ساعة او ساعة ونصف الى برامج عامة كالاخبار او الافلام الروائية او الاخبار الرياضية ) .

ان الربط المباشر للبرامج المتشابهة يجب تجنبه عند وضع المناهج او ليس من المعقول ان نضع برنامجين محدثين الواحد بعد الاخر او مقابلتين ، لهذا فأن التنوع للصنف مسألة مهمة في تخطيط واعداد البرامج التلفزيونية والاذاعية والمناهج اليومية . ان البث المتزامن للراديو والتلفزيون لمنهجين او اكثر يواجه عدة مشاكل في بداية الامر ، فقد ثبت نظريا وجرب عمليا ان فقدان التنظيم والتنسيق والتخطيط وعدم تحديد طريقة منطقية للبث كتمدد المناهج قد يؤدي فعلا الى تضليل المستمع او المشاهد لا في عملية الاستماع او مشاهدة برنامجه المفضل افا بالنسبة لانتاج المناهج بشكل عام وهذا ما يؤدي الى انخفاض تأثير النشر للراديو والتلفزيون ( اذ كثيرا ما يصادف بث برنامج صحفي هام جدا من احد المناهج بينما يعرض المناهج الاخر تمثيلية او فليا مشوقا او نقل مباراة رياضية تصادف في الوقت نفسه او اي برنامج جيد اخر ، وفي حالة كهذه فأن جمهوراً كبيراً سوف لا يستمع او يشاهد البرنامج الصحفي اذ يكون مشغولاً بمشاهدة الفيلم او المباراة مما يضع عليه الاستماع او مشاهدة البرنامج الصحفي وهذا سببه سوء التخطيط والتنسيق بين المناهج والذي يقع ضحيته الجمهور ) . ومع ذلك فأن الاتجاه العالمي يخطط ويسير في الوقت الحاضر لبث مناهجين او اكثر في آن بهدف تلبية متطلبات الجمهور المتزايدة وفي حالة كهذه يجب الاخذ بنظر الاعتبار عملية التنسيق والتخطيط بين مناهجين او اكثر وفقا لمبدأ التخصص وكذلك تقديم افضل الخدمات الاذاعية او التلفزيونية وفي الاوقات المناسبة للمستمعين والمشاهدين .

## التخطيط الازاعي

### مفهوم ومات التخطيط الازاعي : (١)

التخطيط الازاعي هو التوظيف الامثل للامكانيات البشرية والمادية الموجودة او التي يمكن ان تتوفر في الازاعة اثناء الفترة الزمن الزمنية للخطه من اجل تحقيق اهداف معينة سبق الاتفاق عليها بعد مناقشتها .

ويستهدف التخطيط الازاعي الوصول الى اعلى كفاءة ممكنة للحصول على اعلى عائد ممكن من الاستثمارات الازاعية وبعد تنفيذ الخدمات الازاعية من اخبارية وتنقيفيه وترفيهيه واعلانية محتاجها الجمهور او يرغب فيها .  
ومن الطبيعي الا يقتصر التخطيط الازاعي على عملية « وضع البرامج » فحسب بل لابد ان يتعداها ليشمل التخطيط للإدارة الازاعية والعاملين في المحطة والتوسع والتحديث التقني وبيع الزمن الازاعي للاعلان .

ويقتضي تحقيق هدف التخطيط الازاعي وضع سياسة اذاعية واضحة ومتكاملة مبنية على نتائج ابحاث المستمعين والمشاهدين وتنظيم كامل للخطه الازاعية وتفاقي العاملين على تحقيقها ليصبح العائد من انتاج البرامج الازاعية اعلى من الاستثمارات فيها ومن الضروري ان تشمل عملية التخطيط البحث عن البدائل والاختيار من بينها احسنها بما يتلأ مع الاهداف الموضوعية للاذاعة . كما يستلزم التخطيط الفعال تحليل توقعات المستقبل والتخطيط لها لتحاشي وقوع اية اضطرابات في الخطه الازاعية . فمن المسلم به ان اخذ عامل التوقعات والاحتمالات المستقبلية بعين الاعتبار عند التخطيط الازاعي يوفر الكثير من الزمن والجهد عند وقوعها . واخذ احتمالات المستقبل في الحسبان اقرب الى السلامة من انتظار وقوع الحدث ثم اتخاذ القرار بشأنه وان يكون هناك من بين المسؤولين عن التخطيط الازاعي من يتم باحداث اليوم وتوقعات الغد والاسبوع او الشهر المقبل . والتخطيط الازاعي عملية مستمرة لاتنتهي عند وضع خطة واحدة بل لابد من تنابع الخطط الى مالا نهاية من اطار التخطيط الطويل المدى ومقتضياته بالاضافة الى متابعة الخطط الموضوعية اثناء وبعد تنفيذها واكتشاف المواقف التي تقف امام التنفيذ والعمل على ازالتها وتحاشيها في الخطط المستقبلية بمجانب قياس الآثار الناتجة عن تنفيذ الخطه وادخال التعديلات المناسبة لتتلائم مع السياسات الازاعية الموضوعية .

ويستلزم التخطيط الاداعي ضرورة التنسيق بين الخطط للمحلة الواحدة بينها وبين خطط المحطات الاذاعية الوطنية الاخرى بل وبين الخطط الاداعية بوجه عام للمحطات الوطنية المختلفة وبين وسائل الاعلام الوطنية الاخرى حتى يمكن الوصول الى اعلى فاعلية اعلامية ممكنة وبالتالي الى اسى غرض للتخطيط . ويجب ان يكون الصالح العام ومصالح الجماهير المهدف الاسمى للتخطيط في جميع وسائل الاعلام .

وقد يكون التخطيط الاداعي قصير او متوسط او طويل المدى . والاخير هو اصعب انواع التخطيط واهمها لاحتياجه الى رؤية مستقبلية واضحة ولتوقف نجاح الاذاعة الى درجة كبيرة على فاعليته . ولما كان العمل الاداعي في سياق دائم مع الزمن والحالية لضرورة التزام العاملين بالمحطة الاذاعية بالوقت المحدد سواء كان اليوم او الغد او الاسبوع المقبل حتى يمكن بث انتاجهم الاداعي في الوقت المعلن عنه في جداول البث ، كان لا بد من ان يأخذ احدهم على عاتقه مسؤولية النظرة الطويلة الامد ليقوم بعمل تنبؤات دقيقة بخصوص مستقبل المحطة الاذاعية ويتطلب التخطيط الفعال التفكير الواقعي والتخيل كما هو معقول في حدود الاهداف العامة والمريضة للمحطة الاذاعية بالاضافة الى وضع خطة للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الاخرى ومجموعة من الخطط المتفرعة عن الخطط العامة والمخاصة بقطاعات العمل المختلفة من تقنية ومالية . والتخطيط الاداعي ضرورة لجميع المحطات صغيرها وكبيرها . وغالباً ما تمتلك جميع المحطات الاذاعية المتوسطة الحجم نفس التسهيلات والمعدات التقنية ولا يفرق بينها الانوعيه وكفاءة العاملين بها وطريقة ادائهم لاعمالهم مما يزيد من مسؤولية التخطيط وضرورة توخي الحذر فيه عند اختيار كبار الموظفين الاداعيين الذين يمتازون بتخصصاتهم وقدراتهم الاذاعية والادارية . ويجب ان تكون الخطوط المريضة للتخطيط الاداعي واضحة وواقعية ومن المرونة بحيث تتلاءم مع التغيرات المستقبلية . وتوضع النقاط النهائية للخطوط المريضة للبرامج في اطار الامكانيات المادية والتقنية والبشرية الموجودة واهداف المحطة الاذاعية . وبينما يتولى مدير البرامج الاشراف على عملية وضع وتنفيذ البرامج يقوم مدير المحطة بتقييمها باستمرار وبمناقشة ما يلزم من تغييرات مع مدير البرامج . ويكسب الاذاعيون القدرة على تقييم البرامج واكتشاف نقاط ضعفها بالممارسة والخبرة . ويستلزم التخطيط الاداعي الناجح التعرف على المجالات التي يمكن ان تؤثر فيها البرامج الاذاعية كي يتم بثها طبقاً لخطط مقننة للوصول الى اهداف التخطيط الاداعي المنشودة . ومن طبيعة التخطيط الاداعي انه لا يقتصر على مجرد تحديد السياسات الاذاعية بل يتعداها ليشمل مرحلة تشخيص الاستراتيجيات ووضع

المخطط اللازمة لتحقيق هدف او اهداف محددة على اساس من الاحتياجات الفعلية والامكانيات المتاحة وفي ضوء المعلومات والبيانات الصحيحة الدقيقة ودخل اطار الغايات العامة ووفقاً لمنهجية علمية وخبرة في مجالات التنفيذ والادارة والتقوم والمتابعة والقياس والاختبارات والتحليل والفحص والمراجعة والتعديل . كل ذلك على نحو كامل شامل ومتكامل من ناحية ومقتن ومحدد من ناحية ثانية ومرن ومتحرك من ناحية ثالثة .

### عملية التخطيط الازاعي :-

ان المسؤولية المباشرة للمحطة الازاعية تقع على المدير العام للاذاعة او من صمم عمله ان يجيب على التساؤلات الخاصة باقتصاديات المحطة والمتعلقة باعداد المستقبلين. ورغباتهم والتطورات التقنية وكل ما يؤثر على صيت وجاهورية المحطة ، فهو وحدة الذي يحلل كل هذه المعلومات ويترجمها الى خطط مستقبلية حتى تتمكن المحطة الازاعية من القيام بدور قيادي يتسم بمنصر المبادرة بدلا من السير وراء المحطات الاخرى ويستعين المدير العام بالعاملين معه من امداده ببعض المعلومات والحقائق المتعلقة بكل هذه الامور . ومن المؤكد انه يأخذ بارائهم ويضعها في الاعتبار ذلك لان القرارات النهائية الخاصة بوضع السياسات الازاعية من صمم عمل الادارة مجتمة على الرغم من ان المسؤولية المباشرة تقع على عاتق مدير الازاعة . اذا عملية وضع البرامج في جداول زمنية وخطط اذاعية فهي من اختصاص العاملین بقسم البرامج ومديره وتسير عملية التخطيط للبرامج بطريقة ديمقراطية من اسفل الى اعلى بمشاركة جميع العاملین بقسم البرامج . مما يساعد على تطوير شخصياتهم وقدرتهم على الخلق والابتان بما هو جديد وزيادة تفانيهم في تنفيذ البرامج عن طريق المشاركة الفعالة وتوثيق اعتقادهم باهداف المحطة التي يعملون فيها .

وتم عملية التخطيط للبرامج طبقا لنتائج ابحاث ودراسات جمهور المستقبلين .  
وتر هذه العملية بالخطوات التالية :-

- أ - يتولى مدير البرامج دراسة وتنسيق المقترحات الخاصة بالبرامج والمقدمة من المشرفين عليها والمخرجين. لها بعد مناقشتها معهم على حدة او في مؤتمر يشترك فيه العاملون في قسم البرامج .
- ب - يقوم المراقب المختص بتنسيق هذه المقترحات بعد عرضها عليه مع برامج الدورات السابقة والتالية .

- ج - تقدم جميع المقترحات بعد تنسيقها بواسطة المراقبين المختصين الى المدير العام للبرامج الذي يتولى دراستها وتقديمها الى المدير العام للمحطة الاذاعية او اللجنة العليا للبرامج لمناقشتها .
- د - تعاد المقترحات بعد ادخال التعديلات اللازمة والموافقة عليها الى المراقبات التي اقترحتها لتبدأ في تنفيذها .
- هـ - ترسل البرامج الجديدة المقترح تنفيذها الى مراقبة التنسيق لجدولتها في الخطة .
- و - يتم تسجيل البرامج غير الحية قبل موعد اذاعتها بمدة تكفي للاعداد الجيد .

وعادة ما يتم الانتهاء من اعداد الدورة الاذاعية بما في ذلك تجهيز البرامج المكررة وتنفيذ البرامج الجديدة قبل بدء الدورة بستة اسابيع ماعدا البرامج الاخبارية وما يتصل من احداث تتم بالحالية . وقد يجتمع مديرو المحطات الاذاعية المختلفة والموجودة في منطقة بث واحدة او مديرو البرامج او مندوبون عنهم مرة او مرتين كل سنة لتنسيق المخطوط العريضة للسياسات الاذاعية لمخطاتهم .

### مراحل التخطيط الاذاعي<sup>(٣)</sup>

ير التخطيط بثلاث مراحل تشمل وضع السياسات العامة للاذاعة واختيار الاستراتيجيات المناسبة لتنفيذها ثم مراجعة هاتين المرحلتين الى واقع ملموس عن طريق الخطة الاذاعية في حدود الامكانيات البشرية والتقنية والمالية الموجودة .

#### ١ - وضع السياسات الاذاعية العامة :

يقصر مفهوم السياسات العامة للتخطيط الاذاعي على تحديد اهدافه المطلوب تحقيقها في فترة زمنية في اطار وظائف الاذاعة من اخبار ونقد وبراز وتثقيف واطلاق وتنمية وخدمة عامة - وفي حالة تحقيق احدى هذه الوظائف ينبغي على الخدمة الاذاعية تحديد الاهداف التي يجب ان تقوم بها في اطار هذه الوظيفة على نحو تفصيلي يتضح فيه الجزء المطلوب تحقيقه في الدورة الاذاعية المقبلة والدورات التي تتلوها على ان يكون هذا التحديد كميًا وكيفيًا وعادة ماتشمل السياسات العامة للتخطيط الاذاعي على :

أ - غاية اعلامية عريضة تهدف الى خدمة الغايات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الرئيسية التي تتطلع الدولة الى تحقيقها نيابة عن الشعب .

ب - غايات اعلامية محددة من شأنها خدمة الغايات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية التي يتطلع الشعب الى تحقيقها كنشر وتدعيم الثقافات الوطنية وضرورة انفتاحها على الثقافات الاخرى ومعالجة الكساد الاقتصادي والحد من البطالة وتأمين المسنين والقضاء على مشاكل تلوث البيئة والاعلال من الضوضاء ومحاربة الارهاب السياسي وغيرها من المشاكل التي يرغب ويتطلب الشعب القضاء عليها او الحد من خطورتها .

ومن بين الاغراض الاعلامية المحددة في الدولة النامية الاهتمام بالمجتمعات الريفية ومن الغايات المحددة للسياسات الازاعية ادخال قم اجتماعية جديدة على سلوك المستقبلين شريطة احتياجهم لها ورغبتهم فيها تمثيا ومسايرة لديناميكية المجتمع المتطور باستمرار . ومن الحاجات الاجتماعية الفاعلة والمستقبلية والتي تكون عمدا للغايات المحددة للسياسات الازاعية في الدول النامية العناية الكمية والكيفية ببرامج الاطفال والشباب والتركيز عليها . حيث ان مجتمعاتها (شابة) يكون فيها الاطفال والشباب اقل من ٢٠ سنة حوالي نصف سكانها هذا بالاضافة الى ان الاطفال والشباب هم اول من يستجيب لعملية التعديل في القيم الاجتماعية نظرا لعدم ارتباطهم الوثيق بالسلم القيمي القديم .

#### جـ غايات اعلامية منتقاة : -

تضع الازاعة من ضمن سياساتها غايات منتقاة متعددة كبرامج محو الامية وهي من أساسات التشقيف الذي يعتبر المدخل الاوحد الى التنمية الا ان هذه الغاية المنتقاة لا يمكن للاذاعة وحدها بامكانياتها المحدودة تحقيقها حيث تبلغ نسبة الاميين في كثير من المجتمعات النامية اكثر من ٧٥.٠ من سكانها . والدور الذي يمكن ان تقوم به الازاعة في هذا المضمار لا يتعدى ان يكون دوراً مساعداً . ويدخل في اطار الغايات المنتقاة تعليم اللغات الاجنبية خارج المناهج المدرسية وبغير ارتباط بها ؛ ولتعليم لغة اجنبية او اكثر اثر بالغ في ثقافة الفرد والمجاعة كما يمكن استخدام الازاعة لخدمة مناهج التعليم المدرسية وفق خطط محددة توضح مشاركة الادارات التعليمية لترفع من مستوى العملية التعليمية عن طريق برامج الاثراء الثقافي *educative enrichment* التي تستهدف الطالب في غير اوقات الدراسة



والبرامج المدرسية التي تدخل مع المدرس الى الفصول فتعاونه في اداء خدمته ومهمته . وهذا ما ينبغي للتخطيط الازاعي ان يتوسع فيه . ومن الواضح انه لا يمكن تحقيق مثل هذه الاهداف والغايات المحددة والمتنقة الا بالتعاون الفني والمالي بين اجهزة الازاعة وبين الادارات المسؤولة عن الخدمات المختلفة الامر الذي يساعد على اتاحة لقاء المسؤولين في الازاعة بالمسؤولين في قطاعات الخدمات المختلفة - ويلزم ذلك الازاعيين بأن يكونوا على بينة من خطط التنمية الاجتماعية التي يطالبون بمخدمتها عن طريق برامجهم - وسيكون وضع السياسات الازاعية عديم الفائدة اذا روعي فيه فقط مدى تطابقه مع البيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومحافظته عليها دون معالجة نقاط الضعف فيها ومن ثم لا يجيب على واضعي السياسات الازاعية الاكتفاء بابرار الواقع البيئي فقط بل لا بد من يصحب هذا هدف تغيير اخطاء الواقع للوصول الى الاحسن في حدود الامكانيات المتاحة واستخدامها الامثل .

#### كتابة سياسات المحطة الازاعية : -

وأذا ما تم وضع السياسات والاهداف العامة للمحطة الازاعية فمن المفضل كتابتها أو طبعتها في كتيب وتوزيعها على العاملين في الازاعة للتعرف عليها . ومن المستحسن طبع بعض أجزائها وتوزيعها على بعض المؤسسات والجماعات والشخصيات الهامة التي تعيش في مجال ارسال هذه المحطة . ولكتابة السياسات ونشرها ميزات منها .

- (أ) - زيادة فاعلية العمل الازاعي .
- (ب) - تقليل فرص الوقوع في الخطأ .
- (ج) - عدم الحاجة الى تكرار القرارات الروتينية ذات الطبيعة المكررة .
- (د) - اختصار الوقت الذي يمكن الاستفادة منه لحل بعض المشاكل الاخرى الخاصة بالمحطة والتي قد تطرأ .
- (هـ) - المساعدة على معاملة الموظفين بعدالة ومعالجتهم بالامور غطياً في اطار السياسات المكتوبة .

(و) - أرشاد العاملين في المحطة الازاعية ومساعدتهم على القيام باعمالهم على انفراد دون سؤال الاخرين . وبدون تدوين السياسات العامة قد يضع المدير الازاعي وقتاً كبيراً في اتخاذ القرارات تتعلق باشياء فرعية وغير هامة . الامر الذي لا يمكن أن يحدث في اطار سياسات محدودة واضحة واذا ما حدث مثل هذه

الامور فإنه يمكن الفصل فيها بسرعة دون ضياع أي وقت في اطار سياسات مدونة وواضحة المعالم .

## - تنفيذ السياسات الاذاعية : -

للفئات الانسانية التي يتخلى بها المدير الاذاعي دور كبير عند تنفيذ السياسات الاذاعية أذ تتوقف درجة قبول العاملين معه والجمهور لافكاره الى درجة كبيرة على مهارته الادارية وقدرته على توصيل وعرض هذه الافكار بوضوح وبساطة ولباقة . وعند تقديم سياسات جديدة او معلة للعاملين .بالاذاعة يجب أن تكون مصحوبة بشرح للاسباب التي ادت الى ادخال التعديلات والمكاسب التي ستجنيها الاذاعة من ذلك .

يجب أن يشترك جميع العاملين في الاذاعة من عملية وضع السياسات بتقديم الاقتراحات من أجل التحسين بشرط أن يمنح كل من يقدم اقتراحاً جيداً الفرصة الكاملة والثقة التامة لايضاح وتنفيذ اقتراحه . وقد دلت التجارب على نجاح مناقشة رؤساء الاقسام الاذاعية مع موظفيهم لجميع المشاكل الخاصة بالعمل في مؤتمر تتوقف مدة وعدد مرات انعقاده على طبيعة العمل . والشكل التنظيمي للادارة . ومن المسلم به زيادة الانتاج والفاعلية اذا ركزت عدة عقول واشتركت في التفكير في البديل واخذها في الاعتبار .. وعلى حين يستلزم وضع السياسات العمل الجماعي ، تتطلب عملية ادارتها وتنفيذها العمل الفردي بواسطة اشخاص فرادي كل حسب تخصصه وفي مجاله . وعلى الحطة الاذاعية تنظيم المؤتمرات سواء على مستوى الاقسام أو غيره من المستويات لعرض ومناقشة المشاكل وايجاد حلول لها على أن يتولى المختصون في الادارة تنفيذ ماتم التوصل اليه من قرارات . ويستلزم التنفيذ الفعال للوائح الادارة تحديد المسؤوليات بين الاقسام الادارية وادخالها . ويتطلب ذلك اخبار مدير الاذاعة لرؤساء الاقسام بانتظام بما يتعلق بأعمال اقسامهم .

## ( ٢ ) وضع الاستراتيجيات الاذاعية : -

### (( مفهوم وعقومات الاستراتيجية الاذاعية ))

وضع الاستراتيجيات الاذاعية هو المرحلة الثانية من التخطيط الاذاعي ويهدف الى ترجمة السياسات الاذاعية التي تم الاتفاق عليها الى انجازات عملية

وفقاً لأهميتها والنتائج التي يمكن ان تعود منها ، الامر الذي يتطلب ترتيب بنود وأجزاء هذه السياسات وتنظيمها وامكانية تنفيذها بواسطة البرامج في اطار زمني وتقني وبشري مدروس ومحدود المعالم . ويضمن نجاح الاستراتيجية الاذاعية التزامها بالواقعية واتصافها بالتكامل والمرونة بحيث يمكن ترجمتها الى خطة اذاعية - ويستلزم نجاح الاستراتيجية متابعة واضمحها لعملية تنفيذها للتعرف على جدواها في مجال تغطية حاجات المستقبل. وتلبية رغباتهم وتطوير اتجاهاتهم وتغيير سلوكهم - ويجب أن تنطلق الاستراتيجية من هدف العمل على سد الحاجات الفعلية للمستقبلين. وتلبية رغباتهم بعد حصرها وجردها في حدود الامكانيات المتاحة والاختيار بين البدائل الموجودة ووضع بدائل احتالية للاحوال الطارئة مع التنسيق بين كل هذه الاجراءات ويقتضي وضع الاستراتيجية الاذاعية البدء بدراسة المجتمع للوقوف على مقاوماته واحتياجات المستقبلين. ورغباتهم حتى يمكن التخطيط لبرامج قادرة على نشر معتقدات وعمراسات وتلبية لحاجات ورغبات المستقبلين .

### ( ٣ ) وضع وتصميم الخطة الاذاعية :

انواع الخطط الاذاعية وسماها : -

الخطة الاذاعية اداة لترجمة السياسات والاستراتيجيات الاذاعية التي تم التوصل اليها الى واقع مسموع ومريء بواسطة برامج اذاعية مجدولة زمنياً في تركيبها عناصر متعددة من كلمة منطوقة وموسيقى ومؤثرات صوتية وصورة . على أن يتم ذلك طبقاً لاحتياجات كل مرحلة . وبعد وضع وتصميم الخطة المرحلة الثالثة والاخيرة في عملية التخطيط الاذاعي . وقد تكون الخطة الاذاعية عامة تحتوي على عدة مشاريع مستقلة او مكملية بعضها للبعض او جزئية تتمثل في عملية محدودة مستقلة بذاتها او مرتبطة بعملية اخرى . وعند وضع الخطة لابد اولاً من تحديد اطارها الزمني وفقاً للظروف ونوعية الاهداف المطلوب تحقيقها .

وقد يكون هذا الاطار سنة او ثلاث او خمس سنوات أو أكثر تبعاً للوسيلة الاعلامية من راديو أو تلفزيون اذ يحتاج انتاج المسلسلات التلفزيونية الى وقت طويل . وتستلزم الخطة العامة الطويلة الامد توافر المعلومات الدقيقة بشأن الموارد البشرية والمادية المتاحة من اموال سائلة وتسهيلات انسانية ومعدات واجهزة فنية عند بدء تنفيذ الخطة والتي ستتاح خلال فترة التنفيذ وموعد اتاحتها . كما ينبغي أن تكون محددة المعالم والاهداف مع معرفة وسائل الوصول الى هذه الاهداف

والاسترشاد بالاستخدام الامثل للامكانيات البشرية والتقنية الذي يحقق اكبر قدر ممكن من العائد بأقل تكلفة واستهلاك للمعدات والوقت . كما انها تحتوي على خطط فرعية تتناول تفصيلات العمل في القطاعات المختلفة بالتفصيل حتى يمكن تنفيذ وتحقيق اهدافها وتتطلب المخططة العامة اكثر من غيرها ضرورة وضع معالمها العامة دون تفصيل وتحديد اهدافها وترقيمها حسب الاهمية والاولوية وتقسيم اوقات ارسالها وظيفيا على نوعية البرامج من اخبارية وثقافية وترفيهية وخدمة عامة وعلان تقسيمها مئوياً على نحو يتوافق مع السياسة العامة للاذاعة واستراتيجيتها .

وعلى نقض المخططة العامة تحتاج المخططة القصيرة الامد (الدورة الاذاعية) والفرعية الى كثير من التفصيلات . ويجب على هذه المخططة أن تحجب على التساؤلات : لمن .. وماذا .. وكيف تخطط ؟ .. ومتى يرسل ماتم تخطيطه ؟ .. كل ذلك في ترتيب تحدده اولويات الاستراتيجية الاذاعية . ويتطلب ذلك وجود الكثير من الاحصائيات والمعلومات الصحيحة والدقيقة عن عدد ونوعية المستقبلين للبرامج ورجباتهم وحاجاتهم ومستواهم الثقافي والاقتصادي وعادات استماعهم ومشاهدتهم لاجهزة الراديو والتلفزيون واوقات توافر وجودهم الذهني والمزاجي والجسمي لاستقبال البرامج وموقفهم من برامج معينة وقدراتهم على استيعابهم . ويمكن التوصل الى هذه المعلومات عن طريق اجراء الابحاث الاذاعية على المستقبلين للبرامج وهو امر ضروري للارتفاع بفاعليتها . ولا بد للمحطات الاذاعية من القيام به باستمرار على فترات متوالية ومنظمة او في الاقل مرة في السنة لارتفاع تكاليف اجراء مثل هذه الابحاث . كما يجب توافر عنصر الوضوح في المخططة الاذاعية ليفهمها المنفذون لها ولذلك لا بد من اشراك اكبر عدد ممكن منهم في عملية وضعها . بأن بطرح قيادة الخدمة الاذاعية المخططة المريضة واهدافها ووسائل تنفيذها على المستويات المختلفة من الادارة الاذاعية لمناقشتها مع العاملين في الاقسام الاذاعية المتعددة على ان تعود محصلة المناقشات الى القيادة مرفقاً بها الاقتراحات والتوصيات والملاحظات الضرورية لاعادة صياغة المخططة في اطارها النهائي . ومن الضروري كذلك الا تكون المخططة جامدة فتتأثر امام الظروف الجديدة التي قد تطرأ دون سابق انذار ومن المستحسن في بعض الحالات وضع خطط بديلة مقدماً لمواجهة الاحداث المستقبلية والتوقعات المحتملة . ومن مستلزمات المخططة الناجحة ان تصل الى حالة تعادل بين ما يحتاج اليه المستقبلون وبين ما يرغبون فيه من برامج . ومن اهم العوامل التي يجب توافرها عند وضع الخط العامة او المخططة الفرعية للبرامج هو ان يشر واضعها بأن المستقبلين يعرفون تماماً ان المخططة الاذاعية تبذل قصاري جهدها لتحقيق ما يتمشى مع مصالحهم من برامج دون الاضنان بأي مجهود خلاق . كما يجب ان يتوافر في المخططة الاذاعية عنصر التوازن

الذي يتمثل في توزيع زمن الارسال على انواع البرامج المختلفة من اخبارية وثقافية وترفيهية طبقاً للاغراض والاهداف التي وضعتها الادارة الاذاعية في اطار رغبات وحاجات المستقبلين مع تحديد مواعيد الارسال بما يتفق مع وجودهم الذهني والمزاجي والجسمي . ويستلزم التوازن في الخطة التنوع في برامجها . أي وضع نسب محددة للبرامج المتنوعة من اخبارية وثقافية وترفيهية للفئات المختلفة من المستقبلين شريطة التزام البرامج بسمة التنوع اذ إنه لا يمكن لاية محطة اذاعية واحدة جذب انتباه نفس المستقبلين . طوال اليوم الاذاعي لاختلاف هؤلاء من حيث اوقات وانواع اعمالهم وحالاتهم النفسية من توتر او ارتخاء وعادات استقبالهم للبرامج من حيث هو استقبال متعمد او عن طريق الصدفة والمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي . وبالتالي يجب على كل اذاعة عند وضع خطة برامجها أن تأخذ في الاعتبار عنصر الزمن اليومي والتغير الدائم في الهيكل البشري والاجتماعي للمستقبلين . الامر الذي يستلزم بعض التغييرات والتنوع في شكل ومحتوى البرامج . وتشبه مشكلة توازن البرامج التلفزيونية اليوم مشاكل الراديو في ايامه الاولى حيث أن قنوات الارسال التلفزيوني عديدة وعليها أن تنوع في شكل ومحتوى برامجها اثناء الارسال اليومي والاسبوعي لجذب جماهير المستقبلين المحلية . ويتم عنصر التوازن البرامجي في محطة التلفزيون المحلية بواسطة الجهود التي يبذلها قسم البرامج في انتاج نشرات اخبار محلية وبرامج متعلقة بمشاكل الجماهير ومجريات امورهم . وتوضع البرامج عادة اما بطريقة خلط انواع مختلفة من المواد الترفيهية مع وحدات اعلامية واعلانية في عرض واحد متكامل في حد ذاته واما بترتيب العديد من وحدات البرامج هذه في شكل مسلسلات تعرض خلال اليوم او الاسبوع . وتتركز مشكلة واضع البرامج في عرض المواد الترفيهية والثقافية والاخبارية بطريقة يمكنها شد الانتباه لأكبر عدد ممكن من المستقبلين والاحتفاظ بانتباههم الى اطول مدة ممكنة وتقع مسؤولية نجاح الخطة في اداء مهمتها الى درجة كبيرة على قسم البرامج الذي يختص بوظيفتين : -

- ( ١ ) - التخطيط للبرامج ووضعها في جداول دورية ويومية (خطة) .
- ( ٢ ) - ثم تطوير أنتاج البرامج على حدة لتتضمن مع الخطة الموضوعية .

#### الدورة الاذاعية :

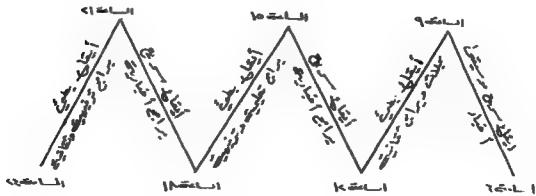
تقسم الخطة الاذاعية الطويلة الامد الى دورات اذاعية تستمر الواحدة منها ثلاثة شهور ويبلغ بذلك عدد الدورات الاذاعية السنوية اربعة تتمثل في الدورة الاذاعية الاولى وتبدأ في الاول من كانون الثاني والثانية في الاول من نيسان

والثالثة في الاول من تموز والرابعة في الاول من تشرين الثاني من كل عام . وقد تتبع بعض المخططات الاذاعية في تقسيم دوراتها فصول السنة من دورة ربيعية وصيفية وخريفية وشتوية . ولكل من هذه الفترات سماتها من حيث وجود المستقبل الجسمي والذهني والمزاجي في المنزل . وعلى المخطط ان يراعى جميع هذه الظروف كما قد تتبع بعض المخططات قواعد اخرى عند تقسيمها لدوراتها . ومما كانت انواع تقسيم الدورات قلابد من ان تغطي الواحدة منها مساحة زمنية لمدة ثلاثة شهور . كما لابد من اعلانها على الجمهور في شكل جداول زمنية قد تكون شهرية او اسبوعية او يومية طبقا لكفاءة المخططين ومهاراتهم وقدرتهم على التحكم في الخطة والالتزام بما يعلنون . وتحتوي الدورات على تفاصيل اقل من خططها الفرعية سواء اكانت اسبوعية ام يومية ، كما تحتوي المخطط الاذاعية الدورية واليومية على برامج تحتاج الى تخطيط دقيق يتم بعنصر التوازن الذي يتمثل في توزيع ساعات الارسال على الانواع المختلفة من البرامج وساعات ارسالها . وعند وضع الدورية طبقا لرغبات وحاجيات المستقبلين ووجودهم الجسمي والذهني والعقلي وطبقا لسياسات المطة الاذاعية لا بد من تدوين انواع وعناوين البرامج ليوم اذاعي كامل من بداية الارسال حتى نهايته مع توضيح وقت بدء كل برنامج ونوعية البرامج من الثابتة وبرامج المنوعات والمسلسلات وبرامج الاعداد والبرامج الحية والمسجلة والمنقولة مباشرة على الهواء مع تحديد توارخها (أنظر ملحق رقم (١)) كما لابد من تقسيم وقت ساعات الارسال الاسبوعية على انواع البرامج من منوعات واخبارية ودينية وثقافية وبرامج موجهة (زراعية ، تنمية ، صحية ، الى غير ذلك) ومسلسلات وموسيقى وغناء تقسما عدديا ونسبيا للتأكد من مدى تطابقها مع سياسات المطة الاذاعية او التعرف عليها من هذا التقسيم (كما مبينة في ملحق رقم (٢)) بالاضافة الى ضرورة تدوين اسماء ومدة برامج المنوعات والاخبار والثقافة والموجة التي ستذاع عليها أثناء الدورة وعدد مرات تكرار اذاعتها ان كان يوميا او اسبوعيا ثلاث مرات اسبوعيا الى ما شاكل ذلك وتستخدم نفس التقنية عند وضع دورة اذاعية للراديو او للتلفزيون (كما مبينة في ملحق رقم (٣)).

### الخطة اليومية في الراديو : -

اهم ظاهرة يجب مراعاتها عند وضع الخطة اليومية هو سريان البرنامج الاذاعي اليومي وعادة ما يبدأ البرنامج اليومي في الدول الاسلامية بالقرآن الكريم وفي الدول الاخرى بموسيقى خفيفة سريعة ونشرات اخبار متتالية ومختصرات لها تم

تنطأ سرعة البرامج في حوالي الساعة التاسعة حيث ترسل برامج خاصة بالمرأة وبعض المجلات الاذاعية ذات المحتوى الاخباري الخفيف ثم تزداد نسبة الاخبار والمواد الاخبارية من الساعة الثانية عشرة ظهراً حتى الثالثة بعد الظهر . ثم تبدأ البرامج الترفيهية والتعليمية حتى الساعة الخامسة مساءً حيث تبدأ برامج الاطفال . وفي السادسة او السابعة تبدأ البرامج المسائية حتى العاشرة مساءً وتكون برامج هذه الفترة مشحونة بالقصص الاخبارية والريپورتاجات ثم تبدأ بعدها برامج السهرة التي غالباً ما تكون مملوءة بالموسيقى والاغاني الشعبية والمسرحيات والمسلسلات . ويستمر ذلك حتى ينتهي اليوم الاذاعي بنشرة مختصرة للاخبار والاحداث اليومية . ويتبلغ عدد ساعات البث في المتوسط ١٨ ساعة من السادسة صباحاً حتى منتصف الليل . وغالباً ما يقسم مدير البرامج هذا الوقت الى فترات كل منها ثلاث ساعات ومن الملاحظ ان هذه الفترات تتخذ من سرعاتها من حيث سرعة الايقاع وسيوله البرامج ومحتواها الاخباري شكلاً ومنمطاً ديكورياً حيث تنقسم الفترات الاولى والثالثة والخامسة من ٦ : ٩ ومن ١٢ : ١٥ ومن ١٨ : ٢١ بسرعة الايقاع وزيادة المحتوى الاخباري بينما تنقسم الفترات التي تليها بايقاع ابطاء ومحتوى اخباري اقل يعوضه المحتوى الثقافي ، وكما يبين في الشكل رقم ( ١ ) الآتي :



شكل رقم ( ١ ) يبين منحنى سرعات برامج الخططة اليومية ( )

ويمكن استخدام الشكل الميكانيكي لبرامج الخططة اليومية من حيث سرعة او بطء او كثرة او قلة المحتوى الاخباري في جميع الخطط الاذاعية اليومية ذلك لأنه مبني على نتائج اجامات سيكلوجية واجتماعية خاصة بالمستقبل ووجوده الذهني عند

استقبال البرامج وغط حياته اليومي مع ادخال بعض التعديلات الملائمة عليه ليتلاءم مع البيئة الاذاعية والوظيفية دون المساس بمجوهر سرعان البرامج اليومية . ونتمم السيكولوجية والاجتماعية للبيئة الاذاعية والمستقبلين على كل فترة من الست الفترات السابقة وارسال نوعية معينة من البرامج تتضح فيما يلي : -

### البرامج الصباحية من السادسة حتى الثانية عشرة : -

أ - الفترة الصباحية الأولى من السادسة حتى التاسعة : - ويهتم المخططون لهذه الفترة بالبرامج الموجهة الى الموظفين والعاملين والطلاب حيث توجد أثناء هذا البعد الزمني حيوية وحركة في المنزل أذ يستمد الآباء للذهاب الى أعمالهم والأولاد الى مدارسهم وتمد الأمهات وجبة الإفطار لهم ويساعدن الأطفال في الاستعداد للذهاب الى المدارس ، وفي هذه الفترة لا يمكن إرسال برامج تحتاج الى أنصت وأنتباه مركز بل تتصف : بالمرح والحيوية وقصر الأعلانات والموسيقى السريعة والمشهورة وتفقد الأحاديث والبرامج الاخبارية فاعليتها الا اذا كانت قصيرة ومقسمة الى وحدات متكاملة في حد ذاتها بحيث لا تزيد برامج هذه الفترة على ١٥ دقيقة لكل برنامج . وتغلب على البرامج الموسيقية الخفيفة والسريعة الأيقاع وتشتمل على نشرات اخبارية صباحية قصيرة . كما تصلح لبث المجلات الاذاعية التي تشتمل على مقطوعات اذاعية مختلفة تتخللها احاديث ونشرات اخبارية وأعلانات وموسيقى على أن يضيف مقدم المجلة الاذاعية عليها حيوية بلباقة في الربط بين العناصر المكونة لها وحسن صوته أثناء الأداء ، ويشترط في مقدم المجلات الاذاعية الصباحية مرح الشخصية ، ويفضل الفلاحون والمزارعون الاستماع الى برامج الارشاد الزراعي والأخبار والنشرات الحية في الصباح الباكر ، وتتم هذه الفترة كذلك بتوالي دقائق الساعة واعطاء التوقيت في فترات متتالية وقصيرة حتى يمكن لجمهور المستقبلين أن يصلوا الى أعمالهم ومدارسهم في الوقت المناسب دون تأخير .

ب - الفترة الصباحية الثانية من الساعة التاسعة حتى الثانية عشرة ظهراً : - وفي هذه الفترة يكون أغلب المستقبلين من النساء وريات البيوت اللاتي يستمعن الى الراديو أثناء القيام بأعمالهن المنزلية . ويمكن لبرامج هذه الفترة أن تكون طويلة شريطة مبالغتها لأمر وموضوعات نسائية بما فيها تنظيم الأسرة ، وبمسن أن يكون المقدمون والمذيعون فيها من النساء لأستطاعتهن



وصف ومناقشة وعرض كل ما يتعلق بالمرأة ، وتتوالى في هذه الفترة المقطوعات الموسيقية العاطفية وأنواع الأوبريتات الخفيفة والمسلسلات للترفيه عن المرأة أثناء القيام بأعمالها المنزلية .

**برامج فترة ما بعد الظهر من الساعة الثانية عشرة حتى الثامنة عشرة : -**

وينقسم هذا الوقت بدوره الى فترتين: -

**أ - الاولى من الساعة الثانية عشرة الى الخامسة عشرة : -**  
وغالباً ما تحتوي على نشرة اخبارية مطولة ، وتعتبر هذه الفترة قيمة بالنسبة للعاملين في القطاع الزراعي حيث يكونون في فترة راحة لتناول طعام الغداء لذلك تصلح لبث برامج الارشاد الزراعي وغيرها من الاخبار التي تهتم المزارعين والفلاحين.، ولكون هذه الفترة خاصة بالاسترخاء فانه يمكن ارسال الاحاديث الطويلة والبرامج الثقافية .

**ب - فترة ما بعد الظهيرة الثانية من الساعة الخامسة عشرة حتى الثامنة عشرة : -**

وفي هذه الفترة يكن ربات البيوت قد انتهين من فترة الغداء ، كما يكون التلاميذ والطلبة قد عادوا من مؤسساتهم العلمية ، ولذلك فهي تصلح لبث برامج ربات البيوت فيما يتعلق بمشاكل الأمهات الخاصة بالمناسبة بالاطفال وصحتهم ، وبرامج الاطفال والبرامج التعليمية وموجز نشرات الاخبار وبرامج الموسيقى الخفيفة والمسرحيات والأوبريتات ولاتصل برامج هذه الفترة للاطفال والشباب والسيدات فقط بل لبعض العاملين في المحلات الصغيرة الذين قد يستمعون للراديو في وقت فراغهم النسبي اثناء العمل ، ولذلك يستحسن ارسال البرامج المهيأة الى جانب المباريات الرياضية .

## برامج الفترة المسائية من الساعة الثامنة عشرة حتى الساعة الرابعة والعشرين : -

وتنقسم الى : -

### أ - الفترة المسائية حتى الساعة الحادية والعشرين : -

ويغلب على برامج هذه الفترة النشرات الاخبارية المطولة والتعليقات واقتوال الصحف وتقارير المندوبين وموجز نتائج المباريات الرياضية وبعض المواد الموسيقية التي تصاحب وجبة العشاء وبرامج الفترة المسائية موجهة لجميع اعضاء الاسرة في المدن والقرى على السواء وعلى اختلاف طبقاتهم ، وتعتبر هذه الفترة وخصوصاً في فصل الشتاء اهم الفترات الاذاعية اذ يستقبل فيها البرامج اكبر عدد ممكن من المستمعين استقبالاً جسيماً وذهنياً .

### ب - فترة السهرة فيما بعد الحادية والعشرين : -

ويغلب على برامج هذه الفترة برامج الترفيه الخفيفة الطابع من موسيقى وغناء وفنون شعبية وبرامج منوعات بالاضافة الى البرامج الخاصة بالمناسبات كالاعياد الدينية والشعبية والوطنية وغيرها وعموماً على واقعي البرامج ان يكونوا عند ملء الحظوة الاذاعية على وعي كامل بطبقات وتوعيات المستقبلين. الذين تهدف المحطة الاذاعية الوصول اليهم وأن يتحاشوا جذب نوع معين منفرد بالذات من المستمعين..

اضافة لا ذكر مسبقاً من عدد ساعات البث اليومي وتوزيع الفقرات ، فهناك عدد من المحطات الاذاعية تبث ارسالها على مدار اليوم كله اي تبث ( ٢٤ ) ساعة يومياً ، مما يستدعي اضافة فترتين اخريين الى الفترات السابقة الذكر وهما : -

أ - فترة بعد منتصف الليل وتبدأ من الساعة صفر (تبدأ بعد الساعة الثانية عشر ليلاً) وحتى الساعة الثالثة ، وتكون هذه الفترة ملائمة لبث برامج الى طبقة المثقفين. والساخرين (المكلفون بواجبات حراسة او واجبات ليلية ... الخ) وكذلك بث الموسيقى الهادئة والكلاسيكية والاغاني الطويلة وكذلك برامج درامية .

ب - فترة الفجر وتبدأ من الساعة الثالثة وحتى الساعة السادسة ، وتكون ملائمة البرامج الدينية والقرآن الكريم والموشحات .

ولاستقطاب انتباه اكبر عدد من المستقبلين يتم المخططون بمصنري التنوع والترفيه في برامجهم .

كما لابد للمخططين . من الاهتمام بالتنسيق بين الاذاعات فمثلاً بث اذاعة معينة موسيقى كلاسيكية او حديثة ذات نوعية عالية لجذب فئة معينة من المستمعين . في الوقت الذي ترسل فيه محطة اخرى برامج رياضية او منوعات بينما ترسل محطة ثالثة برامج بلغات اجنبية للجاليات الاجنبية التي تعيش فيها . والمهم في عملية اختيار البرامج عند وضع الخطة هو مراعاة عادات واتجاهات ورغبات المستقبلين . في ساعات اليوم المختلفة سواء كانوا في منازلهم او في اعمالهم .

وهذا التنوع المعاصر في البرامج ولید وتناج خبرة تطورات فنية ومهنية على مر عقود طويلة من السنين ، وكانت الموسيقى تملب على برامج الراديو في بدء تاريخه حيث كان زمن الارسال لاييزيد على نصف ساعة في الاسبوع ، واصعب المشاكل التي كانت تواجه المخططين . انذاك كانت تتلخص في كيفية توسيع شهرة هذه الوسيلة عن طريق تحمين البرامج وطريقة وضعها وتنفيذها ، وقد سارع مديرو البرامج الى تلبية رغبات المستمعين فاكثروا من الموسيقى والبرامج الترفيهية لافراد الجمهور بشراء اجهزة الاستقبال التي كانت مرتفعة الثمن ، ولم يكن اعداد البرامج الثقافية والخاصة بالامر الشائع اللهم الا ما اختص ببعض البرامج الرياضية ، وكانت الاخبار غالباً ما تذاع بطريقة عارضة في المساء بعد ظهور اخر الصحف اليومية التي كانت مصدراً رئيسياً لاستقاء الاخبار النشرات الاذاعية .

وبعد ادخال التحسينات التقنية على الراديو وانخفاض ثمنه وزيادة انتشاره ادخل على برامجه الكثير من الخدمات كالتمثيلات والمسلسلات والمجلات الاذاعية والبرامج الثقافية والوثائق وغير ذلك الكثير الى ان وصلت برامجه الى مستواها المعاصر . وتوضح البرامج اليومية طبقاً لعملية سريان البرنامج اليومي السابقة الذكر ومقسمة على فترات الارسال الست في جداول تظهر ميعاد بدء كل برنامج ونهايته واسم البرنامج والقائم به ونوعيته من حيث هو حي او مسجل ورقم تسجيله الى غير ذلك مما هو موضح في الملحق رقم ( ٤ ) وهكذا يسير تدوين البرنامج اليومي حتى نهايته على صفحات عديدة .

ومن المصوب به في الاذاعات لضمان تنفيذ الخطة اليومية بدقة ان يسلم معد البرنامج انتاجه كاملاً بكل ما يحتاجه اليه من شرائط وموسيقى وغيرها الى مقدم البرنامج ومهندس التسجيل قبل اذاعته بيومين . في الاقل ويشترط حضور معد البرنامج اثناء بثه اذا كان من العاملين . بالاذاعة .

## الخطة اليومية في التلفزيون : -

من المشاهد أن هناك تشابهاً كبيراً في المبادئ الخاصة بتخطيط البرامج لكل من التلفزيون والراديو نتيجة لطبيعة تطورها التاريخي والتقني حيث أن التلفزيون وليد الراديو وعلى الرغم من تشابه أهداف الويلتين التي تتلخص في اختيار وتنشيف جمهور المستقبل والترفيه عنه إلا أن وسائل عرضها لبرامجها مختلفة لأستخدام التلفزيون للصورة كعنصر أساسي في برامجه . كما أن عدد ساعات الأرسال التلفزيوني أقل بكثير من تلك التي للراديو ويرجع السبب في ذلك لأرتفاع تكاليف البرامج التلفزيونية التي تحتاج لوقت طويل وجهود شاق قبل أن تصل الى درجة الصلاحية للعرض ، وغالباً ما يحتاج أنتاج برنامج تلفزيوني واحد أضعاف ما يحتاجه برنامج الراديو ويدل على ذلك معرفة تكاليف التقاط منظر واحد لبرنامج تلفزيوني .

وعادة تشمل الخطة اليومية لبرنامج تلفزيوني ثلاثة أقسام رئيسية : -

- ( ١ ) برنامج أفتتاح لجذب المشاهدين اليه .
- ( ٢ ) جسم البرنامج اليومي الذي يتكون من عدة برامج يفصل بينها الاعلان ، وتمتاز الوحدات المكونة لجسم البرنامج بقصرها وتنوعها ولذا تتحكم برامج الجسم في سرعة البرنامج اليومي وتنوعه ويظهر ذلك حق في التمثيليات حيث تميل المناظر واللقطات الى القصر والتنوع حتى يمكن الدفع المستمر لتطوير القصة والاحتفاظ بآتباء النظارة .
- ( ٣ ) برنامج ختامي قد يطول أو يقصر حسب الوقت والحاجة ، وتشتمل وظيفته في أن يترك أثراً حسناً لدى النظارة .

وكما هو الحال في الراديو ثلاً جزئيات برامج الخطة اليومية للتلفزيون طبقاً لرغبات وحاجيات المستقبلين . وأوقات مشاهدتهم للبرنامج ، وكلما زادت معرفة الأذاعي بالمستقبلين كلما أمكنه خدمتهم بدقة وفعالية ، وبالتالي فلا بد من تحديد نوعية وحجم وأتجاهات وعادات المستقبلين . قبل القيام بعمل أي برنامج فعال يهدف الى جذبهم أثناء عرض البرامج المختلفة .

وعند وضع استراتيجية لبرامج الخطة اليومية التلفزيونية يستعين المكلفون بذلك بتحليلات الأحصائيات المتعلقة بجمهور المشاهدين لهبطه والمحطات الأخرى ، وأنواع برامجها .

وتقوم معظم المحطات التلفزيونية بمرض برامجها التي تجذب أكبر عدد من المشاهدين في فترة الغروب أو في المساء المبكر .

ويفضل إرسال برامج الأطفال الذين ليسوا في سن الالتزام في الصباح والبرامج المدرسية والتعليمية في فترة ما بعد الظهيرة وتخصص فترة المساء وبعض فترات اليوم للنشرات الاخبارية والمقابلات الأداعية وبرامج الأحاديث والناقشات والرييور تاجات التي تعالج مشاكل الجماهير ، كما يمكن إرسال التمثيليات والمباريات الرياضية وبرامج المنوعات والمسلسلات أثناء فترة النهار أو الفترة المسائية المتأخرة التي يمكن أن تخصص كذلك لأرسال برامج المقابلات والبرامج الترفيهية المتخصصة كالوسيقى والكلاسيكية والمعاصرة والباليه والدراما والأفلام الروائية .<sup>(٥)</sup>

### معوقات الحطة الأداعية : -

يقف أمام المخططين. الأذاعيين. عند وضع خططهم العديد من العوائق يتعلق بعضها بالمخطط نفسه وطبيعة عمله والبعض الآخر بالمستقبلين. الذين تستهدفهم الحطة أو الجانبي التقني أو اقتصاديات الحطة الأداعية . ويتعتم على المخطط الأذاعي كقائد لجماهير المستقبلين. من ناحية ومشرف حريص على خدمتهم وبصالحهم من ناحية أخرى أن يتعرف متى وكيف وتحت أية ظروف يمكنه القيام بالوظيفة القيادية وماهي نسب البرامج التي يجب أن تحتويها خطته لتحقيق رغبات وحاجات جمهور المستقبلين. الأمر الذي يتطلب منه معرفة هذه الرغبات وتلك الحاجات التي يعبرون عنها أو التي لا يعرفونها حيث أنه من الشكوك فيه أن يعرف جمهور المستقبلين. كل ما يرغب فيه في وقت معين. ، فغالباً ما يقوم الجمهور باستقبال البرامج تحت اختيارين: أما أن يشغل جهاز الاستقبال أولاً على أية محطة أو قناة وعندما لا يحصل على ما يرغب فيه يحدد المستقبل اختياره طبقاً لما هو معروض عليه في المحطات أو القنوات المختلفة الأخرى وفي هذه الحالة يكيف المستقبل نفسه مع أقل البرامج أعتراضاً ، وتدل هذه العملية على ضعف البرامج لعدم توافقها مع رغبات المستقبلين ، أما الاختيار الثاني فهو أن يفتح المستقبل محطة معينة في وقت معين. لاستقبال برنامج معين. أعلن عنه مسبقاً وعندئذ تكيف البرامج الأداعية نفسها مع جمهور المستقبلين. ورغباتهم ويدل ذلك على قوة البرامج وحسن التخطيط لها.<sup>(٥)</sup>

### اهمية التخطيط على المدى البعيد : -

التخطيط هو المرحلة التالية لوضع السياسات ، فإذا كانت السياسات الاعلامية والاتصالية هي التي تضع الخطوط العريضة لمسار الانشطة الاتصالية لتحقيق اهداف

معينة ، فان الخطوة المنطقية التالية هي ترجمة هذه السياسات الى خطط محددة لتنفيذها .

فاهمية التخطيط نابعة من اهمية وضع السياسات .

والتخطيط الذي نعينه هنا هو التخطيط على المدى البعيد او المتوسط الذي يتناول فترات زمنية من سنتين الى خمس سنوات ، وليس التخطيط الفصلي كل ثلاثة اشهر الذي تقوم به الخدمات الاذاعية والتلفزيونية فيما يتعلق بالبرامج ، ولهذا اهميته على الاخص بالنسبة للأذاعة والتلفزيون .

ذلك ان تأثير الأذاعة والتلفزيون ينصب اول ما ينصب على الثقافة بمعناها العام والتي تشمل القيم والمواقف والاتجاهات وانماط السلوك . وهذا التأثير لا يحدث بطريقة فورية ، بل ان الأذاعة والتلفزيون تترك آثارها على المدى الطويل .

فالمقيم والمواقف والاتجاهات الفكرية والعاطفية وانماط السلوك الاجتماعي لا يمكن تغييرها او تعديلها او تأكيدها الا على فترات من الزمن تطول او تقصر وفق طبيعتها ومدى تغلفها في نفس الفرد والجماعة ، ووفق قوة مؤثرات التغيير او التمديل او التأكيد . واذ كانت الأذاعة أو التلفزيون من قوى التأثير الكبرى في هذا المجال فان هناك قوى اخرى تشترك معها في التأثير اهمها المدرسة والاسرة ووسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى الموجودة في المجتمع وقادة الراي الذين يتأثر بهم الفرد والجماعة في الحياة اليومية . وهذا كله - يتتبع ضرورة اخضاع الأذاعة والتلفزيون لتخطيط واع على مدى فترة زمنية طويلة يوجه فيها نشاطها نحو اهداف ثقافية محددة في اطار سياسة اتصالية اكثر شمولاً تتسع للمؤثرات الثقافية الاخرى . ذلك ان تخطيط برامج الأذاعة والتلفزيون على مدى فترات قصيرة لا يمكن ان يؤدي الى اي تأثير ثقافي عميق الجذور ، اذ ان تأثيرها في هذه الحالة لن يعدو اضافة مجموعة من المعلومات والاخبار المختلفة وتقديم مجموعة اخرى من برامج الترفيه التي لن تترك الا أثراً سطحياً في نفس المستمع أ المشاهد وفي ضمير الجماعة . واذا كان فيما قدمنا ما يصلح لان يكون الاساس النظري لضرورة وجود تخطيط اذاعي ، فان هناك مجموعة من الاعتبارات العملية تؤكد ضرورة الأخذ بنظرية التخطيط في مجال الراديو والتلفزيون .

فانتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية منها على وجه الخصوص لا يتم في كثير من الاحيان في اطار دورة برامجية مدتها ثلاثة اشهر بل لابد لكي يعد الاعداد المناسب وينفذ باستخدام الاساليب الفنية الحديثة والمتطورة دائماً ، ان توضع خطته على اساس سنة او سنتين ويكفي ان تقول ان اية سلسلة تلفزيونية فيلمية محددة بثلاث عشرة حلقة تستلزم سنة على الاقل لانتاجها من بدء وضع الفكرة الى

تسلم نسخة الحلقة الاخيرة .. اما مشروعات البرامج الوثائقية المترابطة - خصوصاً اذا اقتضت الانتقال الى خارج القطر - فان انتاجها يستلزم سنتين في الاقل .  
واما مشروعات الانتاج الطموح فيتم انتاجها على فترات اطول كثيراً من هذا .

يضاف الى ذلك ان مستلزمات البرامج من الاجهزة الدقيقة والمعدات الفنية ليست في معظم الاحيان كالبضائع المطروحة في الاسواق .. حتى العالمية منها .. يذهب الانسان ويشترى منها وفق احتياجاته .. بل ان الحصول عليها يقتضى طلب اعدادها بمواصفات خاصة من الاماكن المنتجة لها .. وكثيراً ما تقتضى هذه العملية منذ بدء وضع المشروع الى تمام تنفيذه ، مدداً تتراوح بين سنتين وخمس سنوات ، وهذه الاجهزة والمعدات لازمة لأية خدمة اذاعية أو تلفزيونية نريد ان تأخذ بمقتضيات التطور العالمي في مجال العلوم التطبيقية وصولاً الى زيادة التأثير ، او نريد ان توسع نطاق خدمتها من حيث كم البرامج المنتجة او من حيث الرقعة التي يغطيها الارسال . واذا كان هذا صحيحاً فيا يتعلق بمستلزمات البرامج من الاجهزة والمعدات اللازمة لعمليات التشغيل الفني والهندسي . فاعداد الفنيين اللازمين وتدريبهم التدريب المناسب على نوع العمليات التي سيمهد بها اليهم يقتضى ايضاً فترات طويلة من الزمن تتوقف على نوع التدريب المطلوب والمستوى الثقافي للمتدربين وامكانيات الحصول على فرص التدريب في داخل القطر او خارجه<sup>(٦)</sup> .

#### مجالات التخطيط الاذاعي والتلفزيوني : -

لا بد أن يراعى في وضع الخطط الاذاعية والتلفزيونية على المدى البعيد أن هناك مجالات مختلفة لهذه الخطط وانها لاتنصب فقط على البرامج وأن كانت البرامج هي المجال الاساسي لها .  
فهناك الخطط المتصلة بمدى البث أي حجم الرقعة الجغرافية التي يغطيها الارسال وتنوعيته ودرجة جودته ووضوحه .

والى جانب هذا فان أية خطة لابد لتنفيذها توافر العناصر البشرية القادرة على التنفيذ ولا يمكن أن يتم هذا الا بوضع ضوابط معينة لعملية الاختبار وسياسات دقيقة لعملية التدريب التمهيدي والانعاشي ، سواء تم ذلك في داخل القطر او خارجه على المستوى القومي او المستوى العالي .

ويتصل بخطة التدريب في توفير العناصر البشرية اللازمة لتخفيف الحطة البرمجية الاصلية ومجموعة الخطط المعاونة ، وضع خطة للحوافز المادية والتشجيعية لضمان الوصول لى اعلى مستوى ممكن من الانتاج .

ولما كان المال هو العصب المحرك لكل العمليات الاذاعية والتلفزيونية ، وهي بطبيعتها عمليات باهضة التكاليف ، فينبغي وضع خطة معاونة للخطة الاصلية لتدبير الموارد المالية اللازمة سواء ماكان منها بالعملة المحلية أو العملات الاجنبية (والعملات ، الاجنبية ضرورية للحصول على بعض المواد اللازمة للخطة سواء كانت في شكل اجهزة او برامج او خدمات) .

وصحيح أن الخدمات الاذاعية والتلفزيونية في كل الاقطار العربية فيها عدا استثناءات محدودة هي مؤسسات حكومية تعتمد في ميزانيتها على ماتوفره الدولة من موارد في ميزانيتها العامة الا أن قدرة الاذاعة والتلفزيون في الحصول على موارد اضافية لاشك ستتيح لها فرصة اوسع لتحقيق اهدافها العامة والثقافية منها بوجه خاص .

وصحيح أيضاً أن موارد الخدمات الاذاعية والتلفزيونية الحكومية في كثير من الاقطار العربية تدخل في الميزانية العامة للدولة – باعتبارها موارد عامة للدولة وليست موارد مخصصة للاذاعة والتلفزيون – الا أنه من السهل وقد استطاعت الاذاعة والتلفزيون تدبيرها أن يتفقا مع السلطات المالية في الدولة على الحصول على مقابلها من الموارد المخصصة له في الميزانية العامة .

ينبغي أذن على الاذاعة والتلفزيون أن يسميا للحصول على موارد مالية اضافية لكي يضمننا تنفيذ خططها ، وهذه الموارد قد تتمثل في حصيله بيع مساحات زمنية من البرامج للمعلنين بشرط عدم تعارض الرسائل الاعلانية مع الاهداف الثقافية والعامة التي تسمى الاذاعة والتلفزيون الى تحقيقها . وقد تتمثل في بيع انتاجها الى المحطات العربية الاخرى او المقايضة لها . وقد يتمثل في العمل على زيادة توزيع اجهزة الراديو والتلفزيون على المواطنين في الاقطار التي تفرض رسوماً على حيازة هذه الاجهزة . ولكن الاهم من هذا كله هو مقدرة الاذاعة والتلفزيون على الحصول على مشاركات مالية من اجهزة الدولة التي تستعين بالاذاعة والتلفزيون في اداء خدماتها ، والتي تتفق خدماتها عن طريق الاذاعة والتلفزيون مع الخطة البرنامجية للخدمة الاذاعية والتلفزيونية ذاتها ، فالسلطات المسؤولة عن التعليم المدرسي أو الجامعي مثلا أو السؤولة عن تعليم الكبار أو السؤولة عن الثقافة العامة أو السؤولة عن الارشاد الصحي والارشاد الزراعي كلها تريد ، وينبغي لها أن تعمل على الاستعانة بالاذاعة والتلفزيون في ادائها لمسؤولياتها . وهذا يتفق تماماً مع الاهداف التي ينبغي للاذاعة والتلفزيون أن يعمل على تحقيقها في اطار خطته العامة .



وأذا كان هذا الجانب المالي من الموضوع هاماً في ذاته ، إلا ان قيامه يستتبع بالضرورة خلق اجهزة مشتركة بين الاذاعة والتلفزيون والسلطات المسؤولة عن الخدمات المختلفة عن طريق الاذاعة والتلفزيون ، وهذه الاجهزة هي في حقيقة الأمر لصالح الطرفين معاً ذلك أنها ستتيح الفرصة للقاء المسؤولين في الاذاعة والتلفزيون بالمسؤولين عن قطاعات الخدمات المختلفة .. ونتيجة هذا اللقاء مشاركة في الخطة من الجانبين ، الجانب المسؤول عن الموضوع والجانب المسؤول عن الشكل الاذاعي والتلفزيوني للموضوع ، وهو ما يتيح للاذاعين والتلفزيونيين أن يكونوا على بينة من خطط التنمية الاجتماعية التي يطالبون بخدمتها عن طريق برامجهم ، كما ينتج للمسؤولين من القطاعات المختلفة في خطط التنمية الاجتماعية أن يكونوا على بينة من متطلبات العمل الاذاعي والتلفزيوني فيشكلون موضوعاتهم الاذاعية والتلفزيونية وفق هذه المتطلبات مما يزيد من فعالية وتأثير البرامج الاذاعية والتلفزيونية المتعلقة بهذه الموضوعات .

التخطيط الاذاعي والتلفزيوني يستلزم أذن وضع خطة أصلية للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الاخرى ، بالإضافة الى مجموعة الخطط التفصيلية المتفرعة عن الخطط العامة أو الخاصة بقطاعات العمل المختلفة<sup>(٧)</sup> .

### التنسيق والبرمجة الاذاعية والتلفزيونية : -

يؤكد الاختصاصيون في علم النفس والتربية النفسية أن مهات التخطيط والبحث والتنسيق والمتابعة من أهم وسائل نجاح الاذاعة والتلفزيون سواء كان ذلك على مستوى القطر أو المستويين المرئي والمسمي لأن المستلم الانسان ، هو واحد في المعمورة وقد يختلف هذا عن ذلك بنواح ولكنه سيلتقي معه في نواح اخرى .

إن العلم والثقافة والتعليم والوسط مميزات يتطبع بها الانسان منفصلاً أو متفاعلاً أو يتطبع خلالها ، والاذاعة أو التلفزيون (غير المحدودة) في مخاطبتها لجمهور من الناس تعني هذه المسؤولية وتعمل بموجب مخطط عام مجزء وفق حاجاتها وامكاناتها ولاشك في أن البحث والتقصي ، من ومن ثم دراسة نفسيات واجواء واهواء ورغبات وحاجات وطموحات وامال وميول المستمعين والمشاهدين غاية لا تدرك ، وليس هناك اذاعة على الاطلاق استطاعت ارضاء كافة المستمعين والمشاهدين غير أنها لاتلقي السلاح جانباً ولا تستسلم لليأس وتعلن فشلها ، بل تعتمد الى دراسة اسباب كل فشل يصادف برامجها وتطور تلك التي اصابها نجاحاً لتصل الى المستوى المطلوب .

إن جمع الحقائق عن المواطنين وتقسيمهم الى فئات وفق قواعد ثابتة مستندة الى الاسس العلمية والفلسفية والساكولوجية ضرورة ملحة لتطور أية اذاعة وأن تقسم المنهاج اليومي الى فقرات تتناسب وضرورة مخاطبة الجماهير بجانب تأطيرها بما يغري المستمع والمُشاهد واختيار فقرات سماع جيد يقودنا الى ضرورة وعي طبيعته التكوين الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والسياسي للمجتمع ، وما ينطبق على المواطنين داخل القطر لا ينطبق على اولئك الذين يقطنون خارجه (شمال افريقيا) أو اوربا بشرطها الغربي والشرقي ... الخ) .

أذن فنقسم المنهاج اليومي ( في أقل تقدير ) يحتاج الى خبرات ودراية وسعة اطلاع ومعرفة تامة ومسبقه لمن يراد مخاطبتهم ، وبالتالي تتضمن مجموعة من العاملين. الاذاعين. أو التلفزيونيين. من فنيين وكتاب ومؤلفين في هذه السؤولية التي تبدأ من جهاز التخطيط والمتابعة والتنسيق لتشمل كافة الاجهزة الاذاعية والتلفزيونية الاخرى ، ولاشك في ضخامة هذه السؤولية وتعقيداتها بجانب أهميتها القصوى لنجاح البرامج الاذاعية والتلفزيونية وتحديد نجاحها أو فشلها . كم هو عدد الذكور؟ وكم هو عدد الاناث؟ وما هو حجم المتعلمين والثقفين والامين؟ وأية فئة تشكل نسبة أكبر من مجموع المواطنين. من فلاحين. أم العمال أم من الموظفين أم من النسوة الخ؟ ثم أية أوقات يمكن استغلالها لمخاطبة المرأة؟ وكيف تحدد زمان استماع او مشاهدة الفلاحين؟ وما هي مواصفات مخاطبة العمال وفي أية أوقات يتم ذلك؟ ترى هل أن الصغار يتشوقون الى البرامج المهدودة بالحكاية البسيطة أم الى المسلسل الخيالي المطعم بالنكرة أو الافكار التي يراد ايصالها لهم؟ ام من خلال اغنية تتناسب وقدراتهم في الفهم وعوي مضامينها؟ والثقف الذي يستمع او يشاهد الاذاعات الاخرى ويجد في موادها مبتغاه كيف نعد الى كسبه ومن ثم تفاعله مع برامجها والاستفادة من قدراته؟ وهل أن معاهه للأدباء المشهورين وهم يتحدثون اليه مباشرة يحقق ذلك أم أن تقديم اشهر نتاجاتهم الادبية ، بعد ذلك اية أوقات يمكن استغلالها لصالح المثقفين وهل انهم بحاجة الى ادب من نوع معين؟ تلك ملامح اولية ومواصفات مبدئية لتخطيط مناهج يومي واحد فكيف تستطيع تخطيط مناهج اسبوعية وشهرية ومن ثم نضع دورات اذاعية فصلية ناجحة للاجابة على ماتقدم حري بنا ان نلقي الضوء على مهام التنسيق الاذاعي (على الاقل) ومن ثم نصل ممأ الى جواب مقنع ومرض لكل الاسئلة المارة في المقدمة وبعد هذا نضع عظمأ ناجحأ لتنسيق وتخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية ومتابعتها ...

## ١ - التنسيق ومحاطبة الجماهير : -

تتلخص مسؤولية قسم التنسيق ، في ضرورة امتلاك تصور عميق عن مهامه ومستلزمات عمله ، ومن الضرورة بمكان أن يترأس هذا الجهاز المهم مسؤول مثقف ومدرّك لواجباته ويتّسع بتيمال خصب وامتيازات كبيرة تمكنه من تحريك كادره والوصول الى أهداف قسمة بأيسر السبل وتنفيذها بسرعة ودقة ، أن اتصاله بالجماهير غير كادّرة وفرز مقترحات وآراء وملاحظات ونقد المستمعين أو المشاهدين وتنسيقها مهمة تأخذ الأولوية في مراكز مهمة مجتمعة ولا بد للقسم من الوقوف على تنسيق ومخطط الاذاعات الاخرى معادية أم صديقة سواء كان ذلك من خلال شعبة الانصات والرقابة او من خلال الاستماع والمشاركة والمتابعة فمتابعة برامج الاذاعات الاخرى ومعرفة اوقات بثها وطبيعة ونوعية واهداف برامجها ضرورة في عملية التنسيق بيد أن المسح المستمر لأصوات وطاقات وقدرات وامكانيات المستمعين. والمشاهدين في داخل القطر. والحث فيها تبقى المعين الذي لا ينضب لمنافسة تلك الاذاعات في برامجها واجبات التأثير لها في مجمل برامج الاذاعات الاخرى .

اما ملاحظة البرامج المنفذة فعلا ومراقبتها وتطعيمها بالجديد وبشكل مستمر ضمن خطها العام فيتقاسم مسؤوليته المد أو الكاتب والمنفذين والمخرج وقسم الانصات والمراقبة الداخلي ومن ثم قسم التنسيق والمتابعة ( ان وجداً ) لاقسم التنسيق بمفرده ، ويكون القول الفصل في الملاحظة والرأي الذي يكونه عادة من خلال التنسيق والمراقبة والاطلاع على آراء المساهمين. في تقبله من المستمعين والمشاهدين . هناك برامج قد تستمر لسنوات عديدة دون ان تخرج عن طابعها المتداد كطلبات المستمعين والمشاهدين او غيرها من البرامج التي لا مجال لتطويرها (على حد زعم المخرج) غير ان مهمة قسم التنسيق تبقى محل السؤال عن سبل تطويره والتجديد فيه ، فليس هناك برنامج لا يتطور كما ليس هناك حق جاهز ومكتمل لعناصر نجاحه ان فقد احدها فقد نجاحه . والامثلة كثيرة وهناك رأي يدعوا الى ضرورة ادخال فقرات جديدة في البرنامج الاذاعي والتلفزيوني وبتر تلك التي تفقد قيمتها باستمرار بثها .

قد يسأل البعض عن علاقة تقديم البرنامج في التنسيق والجواب انها علاقة عضوية ذلك لان موقع قسم التنسيق في الاذاعة والتلفزيون كموقع القلب في جسم الانسان تماماً فقسم التنسيق يفذي الاذاعة والتلفزيون في البرامج ويتابع مراحلها منذ تخطيطها وتحديد وقتها وحق ارسالها ومن ثم تأثيرها على المساهمين (المستمع والمشاهدين) ومعرفة نتائج ذلك سلبياً وإيجابياً .

## (٢) - روافد البرامج الاذاعية -

بعد ان عرفنا اتصال قسم التنسيق بالجمهور وتأثير ذلك على المساهمين ودور الاذاعة والتلفزيون لابد من الاشارة الى دوره في اغناء الاذاعة والتلفزيون بالكتاب والمدين والفنانين. من المعروفين واكتشاف غيرهم ومحاولة الاستفادة منهم في برامجها العديدة منطلقين من مبدأ - [الشخص المناسب في المكان المناسب] - مجانسين بين هذا المبدأ ومبدأ - [البرنامج المناسب في الوقت المناسب] .

إن مهمة قسم التنسيق في الاتصال بالادباء والفنانين والشعراء وغيرهم من ذوي الاختصاص والاستفادة من امكاناتهم ضرورة ملحة (ان لم يكن هناك قسم للعلاقات) يأخذ على عاتقه هذه المهمة ، فبجانب الاستفادة المستمرة من امكانات المتعاملين مع الاذاعة والتلفزيون تبقى حاجاتها الى الجدد ويثمل حاجاتها الى الجديد من البرامج وتطوير التوفر لديها .

## (٣) كيف تصل الى برجه اذاعية ناجحة ؟

حين تتصافر كافة الجهود ويتم التنسيق بينها نصل الى برجة ناجحة فأتصال قسم التنسيق المستمر بالادباء والفنانين والمفكرين والشخصيات السياسية والاجتماعية والاستئناس بأرائهم وملاحظاتهم والاستفادة من خبراتهم وطاقاتهم او استطلاع آراء المستمعين والمُشاهدين والوقوف عليها يضعنا على اعتاب نجاح مستمر في البرجة اذاعية ثم ان اختيار الاوقات المناسبة للبرامج والاغاني والموسيقى عامل مساعد على اصابة الهدف فحين توجه برامج لرب الاسرة يجب أن نفكر بوقت عمله ووقت راحته ثم تستخرج وقت استعداده لتقبل الملاحظة او البرامج الوجه والتفاعل معه ، كذلك الحال بالنسبة للمرأة والقطاعات الشعبية الاخرى . ان مشاركة المنظمات الجماهيرية والمهنية في وضع البرامج ومراجعتها لتلافي النواقص تبقى من الضروريات الاساسية لنجاح البرامج وخاصة تلك الموجهة اليهم بشكل مباشر . وبالنسبة فان البرجة اذاعية والتلفزيونية الناجحة تحتاج الى عناصر عديدة (متضامنة ومتكاملة) مكتملة بعضها للبعض الاخر ، يمكن ايجازها بالنقاط التالية : -

- (١) حرية عمل قسم التنسيق على المستوى الداخلي والخارجي .
- (٢) تضافر جهود كافة العاملين في القسم وتقسم اعمالهم وفق حاجاته ومستلزمات العمل فيه .

- (٣) استلاكه جهازاً استطلاعياً واعياً لمهامه كشعبة للملاقات
- (٤) بمحنة المستمر عن افضل صيغ العمل الاذاعي والتلفزيوني الناجح .
- (٥) التعقيب والتنقيب المستمرين عن روافد تغذي الاذاعة والتلفزيون وبرامجها والملاحظات والآراء .
- (٦) امانته في نقل النقد الموجه للاذاعة وبرامجها والعاملين . على تنفيذها .
- (٧) وقوفه على التطورات المستمرة في الاذاعات الصديقة والمادية وغيرها .
- (٨) معرفته التامة بدقائق العمل الاذاعي او التلفزيوني .
- (٩) مواصلة مسح القطر للوقوف على الطاقات والاصوات الجديدة الجيدة والاستفادة منها .
- (١٠) دراسة اذواق المستمعين والمشاهدين والوقوف المستمر على ملاحظاتهم وتنفيذ الصالح والمناسب منها .
- (١١) دراسة الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في حالة تخطيط ووضع البرامج .
- (١٢) معرفة الاوقات الزمنية للاقطار المجاورة والمستقبل للبيت الاذاعي والتلفزيوني خاصة عند وضع البرامج الخاصة بها .
- (١٣) اختيار الاغاني المناسبة للبرنامج سواء كان ذلك قبل اذاعته او بعده للحفاظ على الجو النفسي للمستمع والمشاهد .
- (١٤) تقسيم فترة البث الاذاعي والتلفزيوني الى اجزاء مترابطة تعتمد العملية والتخطيط المدروسين .
- (١٥) الاستئناس بآراء العاملين في الاذاعة والتلفزيون كافة من خلال استطلاع آرائهم مرة كل ثلاثة اشهر وكذلك استطلاع آراء المنفذين والمخرجين بشكل خاص مرة في الشهر .
- (١٦) استطلاع آراء الكتاب والمدين والمتعاونين مع الاذاعة والتلفزيون من الخارجيين من برامج الاذاعة والتلفزيون كافة ومطالبتهم بأبداء الملاحظات والنقد .
- (١٧) ملاحظة البرامج المنفذة عند بثها ومجيز هنا الاستماع اليها او مشاهدتها قبل بثها وذلك عن طريق ايجاد شبهه للانصات تأخذ على عاتقها مراقبة البرامج وتطورها وتسجل تواقمها وتودع نسخة من ملاحظاتها لدى مسؤول قسم التنسيق .
- (١٨) عقد ندوات اسبوعية او شهرية مع المنفذين والمخرجين والوقوف على ملاحظاتهم وتقديم وآرائهم المختلفة حول البرامج وتنفيذها .

- (١٩) سماع آراء المسجلين ومهندسي الصوت والمصورين وملاحظاتهم حول طبيعة اخراج وتسجيل البرامج وملائمة الاصوات والاشكال لها .
- (٢٠) ضبط مواعيد بث البرامج والالتزام بها .

وبالتالي فأن مسؤولية كافة اقسام وشعب الاذاعة او التلفزيون متضامنة مع قسم التنسيق والعلاقات ضرورة تستلزمها طبيعة البرمجة الاذاعية والتلفزيونية الناجحة وانفراط شملها يؤدي الى الفشل في بعضها او في جزء كبير منها لان طبيعة العمل فيها جماعي منظم . واخيراً كي يقوم قسم التنسيق بواجبه بالصورة يفضل ان يضم الشعب التالية .

- (١) شعبة العلاقات : - وتنقسم مهامها الى علاقات عامة خارجية وداخلية اي على مستوى الاذاعة والتلفزيون في داخلها وفي داخل القطر وخارجها
- (٢) شعبة التخطيط : - وتأخذ على عاتقها تخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية ووضع صيغ ثابتة لكل برنامج وتوضيح ابعاده ومهامه والغاية من ايجاده سواء كان ذلك بالتعاون مع كاتبه او معده او بالتعاون مع الجهات المختصة بالتخطيط .
- (٣) شعبة المتابعة : - وتتلخص مهامها في متابعة توفير النصوص الاذاعية والتلفزيونية ومتابعة تنفيذها وحفظ المهم منها في مكتبة التسجيلات الاذاعية والتلفزيونية .
- (٤) شعبة الانصات : - وتركز مهمتها في الاستماع الى البرامج قبل واثناء بثها .
- (٥) شعبة التسجيلات : - وتكون مهمتها بتسجيل كافة البرامج المبنية من الاذاعات والمحطات الصديقة والمعادية وكذلك الاغاني يمكن توفيرها للاذاعة والتلفزيون
- (٦) شعبة الترجمة : - تقوم بترجمة الاخبار والبرامج سواء من اللغات المحلية والاجنبية او استخلاص اهم ماورد فيها من ارقام وآراء وملاحظات .
- (٧) شعبة التنسيق : - وهي تارس مهمة التنسيق في داخل الاذاعة والتلفزيون من خلال برامجها ودورائها ومنهجها اليومي او تنسيق ملاحظات وآراء المواطنين وتقديم دراسات وآراء المسؤول في القسم الذي يرقمه بدوره الى المدير الذي اعلى منه او المدير العام .
- (٨) الاحتفاظ بسجل عام يتضمن عناوين وهواتف كافة المتعاملين مع الاذاعة والتلفزيون .

(٩) شعبة المكتبة والتي يجب أن تضم كافة احتياجات القسم من تسجيلات ومؤثرات وموسيقى وشرطة أخرى بجانب احتفاظها بدراسات وملاحظات عن كافة المتعاملين معها من مطربين- ومؤلفين- وملحنين وكتاب وموسيقين وموزعين. وغيرهم .

(١٠) تثبيت تواريخ كافة المناسبة الوطنية والقومية المحلية منها والعربية والعالمية لوضع البرامج الخاصة بها في اوقات مسبقة .

ولكي يؤدي قسم التنسيق مهامه بشكل ناجح من الضرورة بكان ان يضم بجانب المسؤولين العاملين مختص في علم النفس وعلم الاجتماع والاستئناس بأراء المختصين من سياسين وعملين عن الجامعة والمنظمات المهنية والشعبية والاحزاب التقدمية والمجالس الشعبية والاحزاب التقدمية والمجالس الشعبية وغيرها لتكون النتيجة في كل الاحوال منبثقة عن رأي الاكثرية المثلة للجماهير في تخطيط البرامج وتنسيقها اضافة الى آراء رؤساء الاقسام الاخرى ومن يجدد القسم ان الحاجة الى آرائهم ضرورية ومهمة لانجاز مهامه بشكل سليم ومتكامل لعناصر النجاح بجانب ضرورة الاستعانة بأرشف متكامل عن الاحداث والوقائع المحلية والعربية والعالمية بجمع كافة الحقائق والارقام والاحصاءات والتواريخ والاسماء وغيرها مما تحتاجه الاذاعة والتلفزيون من اعلاها الطارئة والملحة والمفاجئة لتلافي اي نقص في اعداد برامجها ومن الضروري تشكيل شعبة في قسم التنسيق تسمى (شعبة الطوارئ) لوضع البرامج الطارئة والمناسبة الملحة في الوقت المناسب والمحلة المناسبة .

#### مفهوم البرامج الاذاعية والتلفزيونية - - اعدادها وانتاجها : -

بعد رسم السياسة البرمجية للاذاعة والتلفزيون من قبل اللجان الاستشارية العليا يكلف مدير عام المؤسسة في تطبيقها وتنفيذها ويأشر مدراء المؤسسة واقامها المختلفة في الاذاعة والتلفزيون بأعداد وانتاج برامجهم حسب ماخطط لها في الدورة الاذاعية وهناك بعض الملاحظات الضرورية والمهمة بشأن اعداد وانتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية - اهمها : -

١ - الفهم والادراك العام في اختيار مضمون البرامج المرسومة وفهم استخدامها في تحقيق الهدف الذي رسم لها بشكل غير مباشر .

٢ - استخدام كل طاقات التلفزيون بالتعبير عن الخبر صورياً لاكلامياً وبالتالى اقناع المشاهد عن طريق الصور بالايماد الانسانية والثقافية والاقتصادية

التي حصلت لدى المواطن من خلال المنجزات والمكاسب التي حققتها الدولة لعرفها خطابياً او كلامياً او الاكتفاء بعرض مشاهد منها دون تحليلها .

٣ - برامجة مفردات الدورة الازاعية والتلفزيونية حسب الجماهير الموجهة لها من جهة واختيار الوقت المناسب لها بدقة .

ان وقت بث البرامج ومدتها ثم مكاتنها في الدورة وكذلك انسجامها مع البرامج السابقة واللاحقة هي امور ضرورية في نجاح الدور الازاعي والتلفزيوني وتحقيق اهدافه - كما ان الالتزام في الاجتماعات الاسبوعية والشهرية الدائمة لممثلي الوحدات الانتاجية ومستشاري البرامج الازاعية والتلفزيونية والمستشارين الذين يتأرون ويمدون البرامج هي ايضاً خطوط ضرورية في تطوير الازاعة والتلفزيون واحيائها - كما ان اعتقاد سياسة واضحة وثابتة ومنظمة فيما يخص استقبال النصوص الازاعية والتلفزيونية وكتاباتهم هي ضرورة حتمية في اغناء وتزويد الازاعة والتلفزيون بمواضع فكرية وثقافية تسمح له ان يكونا من خلال تنوع مواضعهما ينبأ للفكر والحلق والابداع .

انطلاقاً من هذه المعطيات ومن الادراك لكون الازاعة والتلفزيون موضع اهتمام جميع القطاعات الجماهيرية فان هذه القطاعات مدعوة الى المساهمة في صناعة الازاعة والتلفزيون وتقديم المقترحات والانتقادات والتوجيهات الى قسم البحوث في الازاعة والتلفزيون وفيما يلي التوصيات المنهجية التي تخص البرمجة والتخطيط والاعداد الازاعي والتلفزيوني :-

- ١ - تحديد الاهداف القريبة والبعيدة المطلوب من البرامج الازاعية والتلفزيونية تحقيقها في فترة محددة .
- ٢ - وضع خطة مفصلة متناسبة مع هذه الاهداف .
- ٣ - تحديد مفردات مضامين برامج هذه الخطة .
- ٤ - متابعة تنفيذ هذه المفردات والوقوف على مدى احترام تحقيق مضامينها المرسومة .
- ٥ - تقييم هذه الخطة كل ثلاثة شهور ودراسة الاسباب التي حالت دون تحقيقها كاملة من خلال متخصصين في ميدان الاعلام .
- ٦ - الاستفادة من التقييم الايجابي والسلبي في اعداد الخطة اللاحقة والمتكاملة مع السابقة .
- ٧ - اجراء البحوث والدراسات مع جماهير المستمعين والمُشاهدين ونقل ارائهم ورغباتهم لمدي ومنتجي البرامج .
- ٨ - اعتداد هذه النتائج ومناقشتها مع المسؤولين لتقويم دوراتهم الازاعية والتلفزيونية المقبلة .



٩ - تقييم دورة الاذاعة والتلفزيون في المساهمة في تحقيق خطة التنمية القومية .

١٠ - تشكيل لجنة مثله لكافة القطاعات الجماهيرية لمناقشة البرامج الاذاعية والتلفزيونية كل ستة اشهر<sup>(١)</sup>.

#### الخلاصة : -

وخلاصة ماتقدم فإن عملية التخطيط والبرمجة الاذاعية والتلفزيونية تمر بمراحل متسلسلة منذ بدء التفكير في التخطيط وحتى تنفيذ الخطة وهي كما يلي : -

المرحلة الاولى: هي تحديد الهدف من تخطيط البرامج (الاذاعية والتلفزيونية) حيث ان الهدف من التخطيط والبرمجة هو مخاطبة العقل لنقله من حالة الى حالة أفضل بحيث يكون ايجابياً مع خطة الدولة المركزية ومن الاهداف التي تهدف اليها خطة الدولة المركزية داخلياً وخارجياً ، وفي حالة التخطيط والبرمجة يعتمد على اسلوبين أساسيين في مخاطبة الرأي العام هما : -

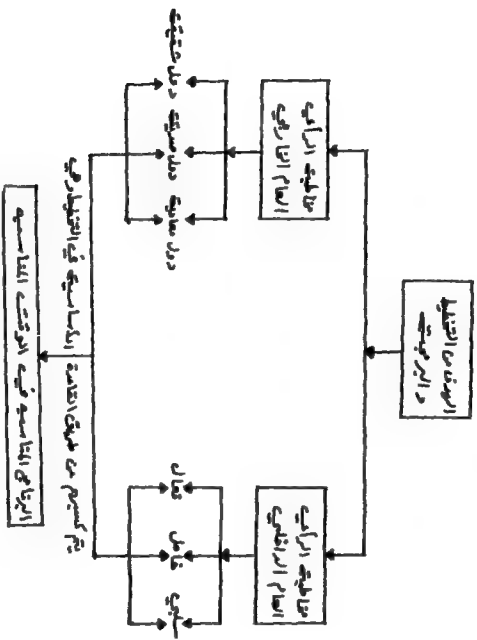
أ - مخاطبة الرأي العام الداخلي ، المتجزأ الى سلمي وخامل وفعال ، ويصطلح عليه بالمخاطبة الداخلية .

ب - مخاطبة الرأي العام الخارجي والذي يتكون من دول صديقة وشقيقة ومعادية .

وفي كلتا الحالتين يجب مخاطبة المتلقي الداخلي والخارجي عقلاً وروحاً ولأقناعه بالمفاهيم العامة لخطة الدولة المركزية وفي كلتا الحالتين الهدف هو كسب المتلقي وتحويله الى حالة من حالات التفاعل البناء وتبني أفعال خطة الدولة المركزية وذلك من خلال القاعدة الأساسية في التخطيط وهي البرنامج المناسب في الوقت المناسب ، وكما مبينة في الشكل رقم (٢) الآتي .

المرحلة الثانية : تحقيق هدف التخطيط والبرمجة .

وللوصول الى هدف التخطيط والبرمجة تتم دراسة وتحليل الكثافات السكانية لمعرفة المستوى الثقافي والمادات والتقاليد والأنواء الطبقي واللغة وكذلك معرفة النواحي الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والثقافية والسياسية .. الخ .



شكل رقم (٢) مبحث الهدف من التخطيط والبرمجة الادائية والتطويرية .

للفرد والمجتمع لكي نصل الى تحديد البرنامج المناسب ولغة التخاطب لكل شريحة وكذلك يتم تحليل برامج الأذاعات الموجهة بصورة عامة لمعرفة الوقت المناسب لبث البرامج ، وهذا كله يتم عن طريق لجان استشارية متخصصة ، وهذا نصل الى القاعدة الأساسية في التخطيط والبرمجة وهي البرنامج المناسب في الوقت المناسب والتي توصلنا الى هدف التخطيط والبرمجة . وكما مبينة في الشكل رقم (٣) الآتي :

### المرحلة الثالثة : - نشر البرامج على الخطط

بعد معرفة البرامج المناسبة لكل شريحة اجتماعية (لكل طبقة او فئة) والافاق المناسبة لبث هذه البرامج ، يتم نشر البرامج على الخطط من اقصر خطة وصولا الى ابعد خطة وان خطط البرمجة الاذاعية والتلفزيونية لها ثلاث مديات هي كما يلي : -

(١) خطط بعيدة المدى ، امدها يتراوح بين سنتين الى خمس سنوات .

(٢) خطط متوسطة المدى ، أمدها سنة واحدة .

(٣) خطط قريبة المدى ، أمدها دورة اذاعية او تلفزيونية مدتها ثلاثة اشهر .

وهناك خطط اخرى ، تنطوي جميعها تحت الخطة القريبة المدى (الدورة الاذاعية او التلفزيونية) حيث يتم تقسيمها الى ثلاث خطط امد كل واحدة منها شهر ، وكل واحدة من هذه الخطط بدورها تقسم الى خطتين .احدها نصف شهر ، وكذلك هذه الخطط تقسم بدورها الى خطتين امد كل واحدة منها اسبوع والخطة الاسبوعية بدورها تقسم الى خطط يومية على مدار الاسبوع ، ويقسم اليوم الى فترات حسب الدورة الشمسية وكما يلي : -

١ - فترة بعد منتصف الليل وتبدأ من الساعة صفر - ٣

٢ - فترة الفجر وتبدأ من الساعة ٣ - ٦

٣ - الفترة الصباحية الاولى وتبدأ من الساعة ٦ - ٩

٤ - الفترة الصباحية الثانية وتبدأ من الساعة ٩ - ١٢

٥ - فترة ما بعد الظهر الاولى وتبدأ من الساعة ١٢ - ١٥

٦ - فترة ما بعد الظهر الثانية وتبدأ من الساعة ١٥ - ١٨



٧ - الفترة المسائية وتبدأ من الساعة ١٨ - ٢١

٨ - فترة السهرة وتبدأ من الساعة ٢١ - ٢٤

وتتجزأ كل فترة من هذه الفترات الى ساعات زمنية ترتبط بزمان يتناسب تناسباً طردياً مع وعي الانسان المتلقي وقدرة طاقته للأحداث الفعل ورد الفعل شرط أن يتفق في ذلك الايقاع الذي يتناسب أيضاً تناسباً طردياً مع وضع المتلقي في مرحلة بث البرنامج .

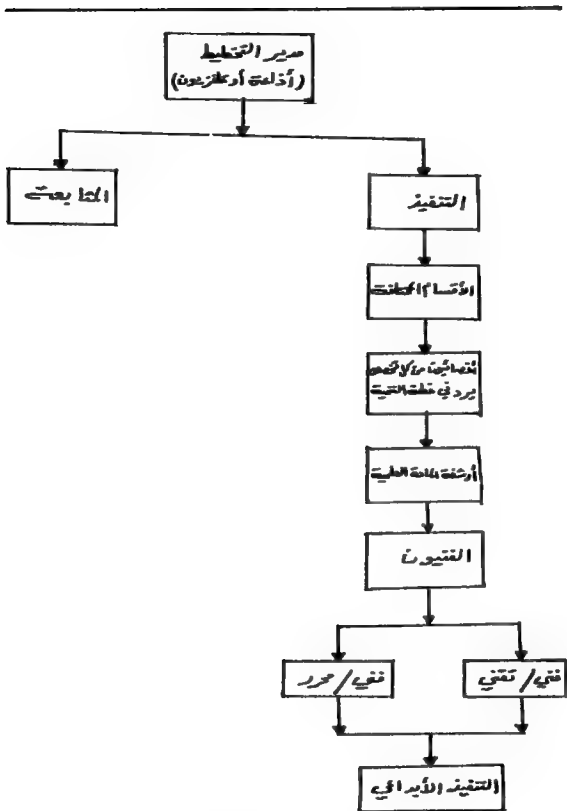
وتقسم الساعات الزمنية الى ثلاثة اقسام حسب اهمية البرامج ، فالبرامج المهمة توضع في رأس الساعة ، اي مثلاً في الساعة ١ ، ٢ ، ٣ ، ٤... الخ ، أما البرامج الأقل اهمية فتوضع في منتصف الساعة ، اي مثلاً ، ١,٣٠ ، ٢,٣٠ ، ٣,٣٠ ، ٤,٣٠... الخ أما البرامج الأقل اهمية فتوضع في ثلاثة ارباع الساعة أي مثلاً ١,٤٥ ، ٢,٤٥ ، ٣,٤٥ ، ٤,٤٥... الخ .

والشكل رقم (٤) الاتي يبين مديات الخطط من أعلى مستوى الى ادنى مستوى في التخطيط والبرمجة .

#### المرحلة الرابعة: تنفيذ ومتابعة الخطة

بعد توزيع ونشر البرامج على جميع فترات الوحدات التخطيطية يتم تنفيذ ومتابعة الخطة واعداد البرامج اللازمة لتنفيذ هذه الخطة ، حيث توزع الخطة على الاقسام المختلفة والتي من خلالها يتعرف كل قسم على البرامج المطلوب تنفيذها من قبل قسمه ، والسقف الزمني لهذه البرامج ، كي يتسنى لهم اتخاذ الاجراءات اللازمة لتهيئة هذه البرامج في الاوقات المناسبة ، ويتم ذلك عن طريق الاتصال بالاختصاصيين من مختلف الاختصاصات التي ترد في خطة التنمية ، وذلك لارشفة المادة العلمية للبرامج المختلفة ومن ثم تعهد الى الفنيين بنوعيهما الفني التقني ، والفني الحرر لكي نصل الى التنفيذ الابداعي للبرامج ، وكما مبينة في الشكل رقم (٥) الاتي :





شكل رقم (٥). مبين (عملية تنفيذ ومتابعة برامج الخطة))

## ((المصادر))

- (١) علي ، عبد الجليل ، «دراسات وآراء في الفن الاذاعي » ، الطبعة الاولى ، مطبعة دار السلام ، بغداد ، ١٩٧٣ .
- (٢) د . نواف عدوان ، «اعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية » ، ١٩٨٦
- (٣) نفس المصدر السابق .
- (٤) نفس المصدر السابق .
- (٥) نفس المصدر السابق .
- (٦) د . لييب ، سعد ، «دراسات في العمل التلفزيوني العربي » ، الدار العربية ، بغداد ، ١٩٨٤ .
- (٧) نفس المصدر السابق .
- (٨) علي ، عبد الجليل ، «دراسات وآراء في الفن الاذاعي » ، م . ذ . س
- (٩) د . نواف عدوان ، «لحة سريعة عن وسائل الاتصال الجماهيري » دراسات وترجمات ، المركز العربي لبحوث المستممين والمُشاهدين بغداد ، ١٩٨٠ .



# 4

واقع تخطيط البرامج الإذاعية  
والتلفزيونية في العراق  
وبعض الدول الأخرى

---



## الفصل الرابع

### ((واقع تخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية في العراق وبعض الدول الاخرى))

#### تاريخ الدورات الاذاعية في العراق : -

في ١ / ٦ / ١٩٣٦ تم افتتاح دار صغيرة للارسال الاذاعي في منطقة الصالحية في بغداد باسم دار الاذاعة العراقية ، وذلك بعد اغلاق اذاعة قصر الزهور التي كانت قد أنشأها الملك غازي في ذلك الوقت والتي حولت مرسلاتها الى اذاعة بغداد<sup>(١)</sup> .

وبدأت الاذاعة في بث برامجها لمدة ساعتين يومياً او أكثر بقليل وتعتبر اذاعة بغداد هي الاذاعة الرسمية للعراق . واستمرت الاذاعة العراقية كما هي بعد عشر سنوات من تأسيسها عدا فترة البث التي زيدت لتصل في نهاية الأربعينات الى خمس ساعات تقريباً حيث كان يقوم احد الفنانين بتشغيل الاجهزة في الثالثة والنصف عصر كل يوم وخلال نصف ساعة تكون الاذاعة جاهزة للبث ، فيتولى احد المذيعين الاعلان عن بدء البث وتلاوة القرآن الكريم ثم يقدم احاديث متنوعة يكون المطربون خلالها داخل الاستديو في انتظار اشارة البدء حتى يقدموا أغانيهم وفي تمام التاسعة مساءً يقدم المطربون حلقة غنائية خاصة بهم على مدى ساعة تستمر حتى العاشرة يقرأ بعدها المذيع موجز الانباء ثم الختام .

وظلت الاذاعة العراقية تعاني من ضعف المادة التي تقدمها وقلة اقبال الناس عليها حيث سار العمل في الاذاعة بلا تخصص فالمذيع هو الذي يملن عن تقديم الاغنية وفي نفس الوقت يقوم باعداد الاجهزة وتشغيلها ، ويقوم أيضاً بتحرير نشرة الاخبار واعداد البرامج .

ان القصور في تطور الاذاعة ظل يلزم العمل الاذاعي سنوات طويلة جداً ، فلو تم رسم خريطة بيانية يقاس من خلالها التقدم الذي احرزته اذاعة بغداد خلال السنوات السابقة لوجدنا أن الخط البياني يقفز خلال السبعينات والثمانينات بمعدل ٨٠ ٪ من السنوات السابقة<sup>(٢)</sup> .

كذلك فأن البرامج من حيث الاعداد وأسلوب التنفيذ والاخراج فقد شهدت هي الاخرى تطوراً ملحوظاً وتقدماً سريعاً وأصبحت مدة كل دورة اذاعية سنة كاملة ضماناً لاستقرار الخطط والبرامج- (٢) .

وقد كانت أول دورة اذاعية شاملة في عام ١٩٦٩ اي بمد ثوره ١٧ - ٣٠ تموز ١٩٦٨ المجدة يعام واحد وقد شملت هذه الدورة البرامج بكافة أنواعها ، من منوعات وتمثيلات ومسلسلات وبرامج علمية ورياضية ... الخ من البرامج .

وقسمت اللجان الاستشارية المتخصصة في الاشراف على الدورات لابداء رأيها في البرامج الاذاعية للدورة الى لجان فرعية ، كل لجنة تختص في نوع من البرامج الاذاعية بحيث تعطي هذه اللجان مجموعة آرائها وترفعها الى اللجنة الاستشارية لتقرر بدورها الصيغة العلمية ومن ثم التنفيذ وبذلك تتم عملية صياغة الدورة الاذاعية . وكانت كل دورة اذاعية يسبقها اجتماع خاص للجان الخاصة بالدورة لتقرر الخط النهائي لمسيرة الدورة وهي : -

- (١) الموجات العاملة مثلاً
- أ - الموجة المتوسطة وطولها ٤٩٤ / ٧٠ .
- ب - الموجة القصيرة وطولها ٤٩ / ٢٢ .
- (٢) نوعية البرامج التي تتضمنها الدورة
- (٣) معدل البث اليومي لكل نوع بالدقائق .
- (٤) مجموع البث اسبوعياً لكل نوع بالدقائق .
- (٥) النسبة المئوية للبرامج
- (٦) دراسة الوضع الحالي للمجتمع بكافة شرائحه .
- (٧) مراعاة اوقات الدوام الرسمي وأخذها بنظر الاعتبار فيما يخص البرامج التي تخص شريحة معينة ، مثلاً الموظف الطالب ، الفلاح .. الخ .

وكانت هذه اللجان تقسم البرامج الى مايلي : -

- (١) البرامج السياسية .
- (٢) البرامج الريفية .
- (٣) البرامج الثقافية .
- (٤) البرامج التمثيلية .
- (٥) المنوعات .
- (٦) الاخبار والمواجز .
- (٧) الفترات الدينية .

(٨) الفترات الفئوية .

(٩) البث المباشر .

وكذلك يخصص جانب آخر من الدورة ويؤخذ بنظر الاعتبار المناسبات الوطنية والاعياد .

وفي الدورة الاذاعية زاوية يطلقون عليها اسم « الهيكل العام » فيها جدول للمواد الاذاعية الثابتة في الدورة وهي : -

(١) افتتاح الاذاعة بالسلام الجمهوري

(٢) القرآن الكريم .

(٣) ابتهاج ديني صباحي .

(٤) الفترة الصباحية والبث المباشر .

(٥) نشرات الاخبار .

(٦) جريدة الصباح .

(٧) طريق السلامة

(٨) الفترة الدينية .

(٩) تمثيلات الاطفال .

(١٠) الفناء والموسيقى<sup>(١)</sup> .

### عناصر التخطيط في تليفزيون الجمهورية العراقية : -

وضعت في تليفزيون الجمهورية العراقية صيغ محددة للتخطيط البرامجي استنبطت من الاطار العام للخطة المركزية للاذاعة والتلفزيون والتي جاء في مطلعها ان المرحلة المقبلة يجب ان تشهد الولادة الحقيقية للاعلام الثوري فقد ان الاوان لان يكون للثورة اعلامها وثقافتها المعبر ان عنها تميزاً دقيقاً وصادقاً وملهماً للجاهل وللطلّاع المثقفة لا في القطر العراقي فحسب . وانما في الوطن العربي ان تحقيق هذا الهدف المرحلي وفق ما اكد عليه التقرير السياسي للمؤتمر القطري الثامن لحزب البعث العربي الاشتراكي ضاعف من مسؤوليات المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون من اجل الأبقاء بواجباتها على هذا النطاق ومن هنا جاءت عملية وضع خطة مدروسة ومحددة الاهداف والوسائل تنفذ تدريجياً وفق متطلبات المرحلة الحاضرة او المستقبلية . وفي ضوء ما تقدم فقد نصت الخطة العام للاذاعة والتلفزيون على عدة عناصر تتعلق بتطبيق خطتها الاعلامية خلال خمس سنوات

وهذه العناصر لا تتعارض في اطارها العام مع اية عناصر تتضمنها اية خطة أخرى وهي : -

- (١) تحديد الاهداف التي يراد تحقيقها خلال سنوات الخطة .
- (٢) حصر الامكانيات البشرية والمادية والفنية المتاحة لاستخدامها في تحقيق تلك الاهداف .
- (٣) العمل على تطوير الامكانيات المشار اليها خلال سنوات الخطة .
- (٤) وضع برنامج عمل لكل سنة من سنوات الخطة مع الاخذ في الاعتبار الامكانيات المتاحة خلال هذه السنة .
- (٥) وضع خطط تنفيذية مرحلية في اطار الخطة العامة لتحقيق الاهداف العام للدورات البرمجية الاذاعية والتلفزيونية .
- (٦) وضع نظام للمتابعة والتقييم لمعرفة مدى نجاح الخطة التنفيذية في تحقيق الاهداف العامة .
- (٧) الصيغ المستخدمة ان تحقيق اهداف التخطيط يتطلب اولا تحديد الوسائل المستخدمة على هذا الطريق مع اعتداد اسلوب الاستخدام الامثل للامكانيات من الناحية الاقتصادية وهذا الجانب يستدعي اتباع الاسلوب العلمي في التخطيط الذي يقوم على الدراسات الاقتصادية والفنية الشاملة .
- (٨) المشاركة الجماعية : - ان استخدام صيغ المشاركة الجماعية وعملية وضع الخطوط العامة للتخطيط التلفزيوني من خلال الاخذ في اقتراحات وملاحظات عدد اكبر من العاملين. واخضاعها بعد ذلك للمناقشة والمراجعة حتى اكمال صيغتها النهائية وهذا ما يفضي على الخطة طابعا ديمقراطيا اضافة الى الاقتصاد في الزمن والتكاليف وهذا لا يتحقق من دون اعتقاد مبدأ المشاركة الجماعية للعاملين. عند وضع وانجاز الخطط التلفزيونية وهذا المبدأ اكد عليه التقرير السياسي من خلال الدعوة الى تحقيق مشاركة واسعة للعاملين. في القطاعات الاقتصادية بصورة ايجابية في العمل التخطيطي . ولابد من ان يكون هناك الى جانب الخطة العامة خطط فرعية تتناول تفاصيل العمل في القطاعات المختلفة . بما يساعد على وجود نوع من الرونة في عملية تحقيق الاهداف التي نصت عليها الخطة المركزية . كما ان عملية تحقيق هذه الاهداف تحتاج الى اعتقاد مبدأ المتابعة للتأكد من تنفيذها فعلاً والتعرف ايضاً على مدى انسجامها مع الاهداف المطلوب تحقيقها وهذا يشير الى أن عملية المتابعة عملية مهمة لايمكن للعاملون من الاذاعة والتلفزيون وحدهم من القيام بها . ولذلك فإن الموجهين في مجال التربية يمكن ان يسهموا في هذه العملية (٥) ....

ملاحظات عن اهداف الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون في العراق : -

حددت اللجنة العليا لتخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية مجموعة من الاهداف التي يجب لتحقيقها خلال المرحلة المقبلة وقد وضعت اللجنة بعض الملاحظات قبل طرح اهدافها وهي : -

(١) ان الالتزام بخطة طويلة المدى لا يعني الجمود وعدم المرونة في مواجهة الظروف الطارئة ، فمواجهة هذه الظروف ضرورة لكنها يجب الا تحرفنا عن الالتزام بالخطوط المريضة للخطة وان كانت قد تؤدي الى تعديل بعض الخطط التنفيذية خلال فترات زمنية محدودة .

(٢) الخطة طويلة المدى لا تلغى الخطط المرحلية التي توضع لفترة ثلاثة اشهر فكل منها تكمل الاخرى .

(٣) العاملون في المؤسسة سواء في البرامج للشؤون الفنية او الادارية او المالية او خدمات التدريب والبحوث والمتابعة على اختلاف مستوياتهم الوظيفية مطالبون بالمشاركة في مناقشة هذه الخطة ومتابعة تنفيذها لضمان تحقيقها للاهداف العامة .

اما الاهداف العامة التي حددتها اللجنة المشار اليها وأوصت بتحقيقها خلال خمس سنوات من تأريخ اعلان الخطة فانها تناولت جوانب عديدة في المجالات السياسية والصناعية والثقافية والتعليمية وخدمات عامة وتجارية واجتماعية كما ضدرت بابا خاصا للأطفال والمرأة والشباب<sup>(١)</sup> وفيما يلي عرض مفصل لأهداف الخطة العامة للأذاعة والتلفزيون في العراق .

## اهداف الخطة العامة للأذاعة والتلفزيون (في العراق)

(١) اهداف سياسية

(ب) اهداف اقتصادية

(ج) اهداف ثقافية

(د) اهداف اجتماعية

## (أ) الاهداف السياسية

- ١ - نشر مبادئ الحزب القائد حزب البعث العربي الاشتراكي .
- ٢ - التعريف باهداف النضال القومي .
- ٣ - فضح الاتجاهات المعادية للعراق وللامة العربية .
- ٤ - ابراز عدالة نضال شعب فلسطين. والتركيز على اعتبار القضية الفلسطينية هي القضية المركزية في الكفاح العادل للشعب العربي .
- ٥ - توعية المدون الفارسي على الجناح الشرقي للوطن العربي وابراز الدوافع العنصرية والشفوية للطغمة الحاكمة في طهران .
- ٦ - ابراز مكانة العراق في الساحة العربية والوطنية .
- ٧ - ابراز موقع العراق بالنسبة للعالم الثالث ودورة الفاعل في مجموعة دول عدم الانحياز .
- ٨ - ابراز التزام العراق جانبا حركات التحرر العالمية ومساعدتها .
- ٩ - تأكيد مبدأ الاستقلالية وانعكاساته في ضوء المصادر الدولية والتخفيف من حدة الاستقطاب الدولي وتميز نهج الاستقلال الوطني .
- ١٠ - تأكيد عروبة الخليج العربي بالحقائق والوثائق لدحض محاولة النيل من عروبة المنطقة .
- ١١ - التصدي للهجمة الامريكية الصهيونية وفضح كوامن المواقف الخيانية للنهيج التصفوي الاستلامي وخاصة النظام السوري من القضية الفلسطينية .
- ١٢ - التأكيد على وحدة النضال العربي وقدره الشعب العربي على حماية أرضه وثوراته .
- ١٣ - الدعوة المستمرة لترصين صيغ التعاون باطار المجهود القومي ما بين الاقطار العربية والتشديد بسياسة الأحلاف الامبريالية والتحركات المشبوهة المناهضة للامة العربية .
- ١٤ - تأكيد المعطيات التي جاءت بها مبادئ الاعلان القومي للرئيس القائد صدام حسين .

## (ب) الاهداف الاقتصادية .

- ١ - ابراز خصوصية التحليل الاشتراكي في القطر العراقي .
- ٢ - تسليط الضوء على اهداف خطة التنمية القومية .



- ٣ - إبراز معدلات النمو التي يستهدفها النهج الاستراتيجي في المجالات الزراعية والصناعية والخدمية .
- ٤ - التوعية بانثار خطة التنمية القومية حاضرا ومستقبلا .
- ٥ - إبراز اوجه التطور الميداني من خلال واقع ما قبل الثورة واثرائها وخلال فترة الحرب .
- ٦ - الكشف عن الصيغ الناجمة في تطور وتأثر النمو الاقتصادي .
- ٧ - التأكيد على موضوع التكامل الاقتصادي الحربي والدعوة لتعزيز صيغ التعاون الثنائي والإقليمي بين الاقطار العربية باطار هذا التكامل .
- ٨ - إبراز سلطة النهج الاقتصادي للدولة وتبيان الاسس المبدئية التي يستند اليها التخطيط الاقتصادي .
- ٩ - توضيح اهداف التخطيط الاقتصادي المركزي والسياسة المتبعة لترصين الاقتصاد الوطني .
- ١٠ - إبراز دور القطر في تقديم المساعدات الاقتصادية لدول العالم الثالث واهمية هذا النهج وترابطه مع مبدأ الاستقلالية .
- ١١ - الكشف عن مواضع الاجتهاد السلي والمشاكل والمعوقات الميدانية وتبسيط الضوء عليها باطار النقد البناء .
- ١٢ - إبراز نشاط القطر في تعزيز فاعلية منظمة التعاون الاقتصادي العربي .
- ١٣ - التأكيد على دور العراق الفاعل في معالجة ارتفاع اسعار المواد المصنعة وتأثيراتها السلبية على اقتصاديات العالم الثالث .
- ١٤ - إبراز جهد الدولة في دعم الاسعار وتوفير السلع في السوق المحلية .
- ١٥ - تأكيد قيادة القطاع الاشتراكي للعملية الانتاجية مع فتح المجال لعمل القطاع الخاص .
- ١٦ - إبراز اوجه التنمية العاملة في شتى المجالات .
- ١٧ - التأكيد على دعوات القطر ومبادراته بشأن معالجة الهوة التقنية والعلمية والاقتصادية ما بين الدول الصناعية ودول العالم الثالث .
- ١٨ - إبراز قيادة القطاع الاشتراكي لعملية النمو الاقتصادي وامتلاك هذا القطاع للحلقات الرئيسية والمهمة في الهيكل الاقتصادي .

#### ( ج ) الاهداف الثقافية :

- ١ - استلهم دعوة السيد الرئيس حول اعادة كتابة التاريخ .
- ٢ - التصدي للاتجاهات المشبوهة في الثقافة العربية المعاصرة .

- ٣ - نشر التراث العربي وتقريبه الى افهام المتلقين وبشكل يؤكد على بناء الشخصية العربية الجديدة وبناء الواقع الثقافي الجديد .
- ٤ - الاهتمام بالمنتجات الثقافية القطرية والعربية في حقل الفنون والادب
- ٥ - تشجيع واغناء الواقع الثقافي في القطر من خلال دعم الادباء والمثقفين خاصة الجدد منهم وفي مختلف فنون الابداع من شعر وقصة ومسرحية ورواية .
- ٦ - الاهتمام بنشر الوعي الثقافي بالاتجاه الفكري الصحيح عن طريق المشاركة في الندوات والمهرجانات الثقافية التي تقام في القطر .
- ٧ - الاهتمام بالثقافة القومية في الوطن العربي عن طريق تسليط الضوء عن النتائج المتنوعة في حقول الادب والثقافة .
- ٨ - الاهتمام الواسع والمجدي باللغة العربية والحرص على تشذيبها من المداخلات اللغوية الغريبة .
- ٩ - اغناء وترصين ثقافة الفرد لدعم حصانته من التصدي للاتجاهات المضادة للثقافة .
- ١٠ - فضح الافكار المشبوهة وتعميرتها ودحفها .
- ١١ - تسليط الضوء على اهم المعطيات الثقافية التي افرزتها حرب قادسية صدام .
- ١٢ - ابراز القيم التربوية والفكرية من احاديث السيد الرئيس والعمل على توضيحها بالاتجاهات الصحيحة المتوخاة منها .

#### ( د ) الاهداف الاجتماعية :

تحتل التحولات الاجتماعية مكانة مرموقة من اهتمام قيادة الحزب والثورة من حيث كونها الانعكاس المادي لحركة تنفيذ خطط الثورة والمطى المحي لتطبيق مبادئ الحزب القائد حزب البعث العربي الاشتراكي . ومن خلالها يمكن تمثيل صورة التحولات الاشتراكية في المجتمع ومقدار التحول الذي احدثته في المجالات الاقتصادية والسياسية والقانونية في بيئة المجتمع . من جانب آخر فأن التخلف الذي عاشه المجتمع والتناقضات التي حكمت تطوره تجعل من الاهمية بمكان بذل الجهد لتغيير واقع المجتمع ومعالجة معضلاته وهو ما اكدت عليه مبادئ التقرير السياسي للمؤتمر القطر التاسع وما ركزت عليه توجيهات الرئيس القائد صدام حسين . بشكل مستمر ودائب والتي هي حصيلة استيعاب شمولي لحركة الواقع وتمثل صميمي للمبادئ وشروطها . وبلا هذه فأن طبيعة التكوين الاجتماعي المختلف

تفرض على الاعلام توظيف امكانياته الى الشرائح الاجتماعية بما ينسجم ووضع هذه الشرائح وحاجاتها . وتحديد اولويات التوجه الاعلامي بحكومة بضوابط مباديء الفكر القومي الاشتراكي ودور هذه الشرائح في تنمية وتطور المجتمع لهذا فأن الاهداف الاجتماعية تشمل قطاعات الشباب المرأة - الطفل - المهال - الفلاحون - الطلبة المنظمات المهنية والشمبية - مجالس الشعب .

#### (أ) الشباب :

- ١ - توجيه الشباب بحيث يكون ملما باتجاهات مجتمعة مدركا لاحالة وطموحاته في تحقيق المجتمع العربي الاشتراكي الواحد .
- ٢ - توضيح المنجزات التي حققتها ثورة السابع عشر الثلاثين من تموز القومية الاشتراكية .
- ٣ - تحقيق وعي الشباب بواقع الامة العربية والمشكلات والتحديات المصيرية التي تجاهاها .
- ٤ - العمل على خلق روح الكفاح والتضحية عند الشباب من اجل الوطن والامة .
- ٥ - التصدي للفكر المعادي للحزب والثورة .
- ٦ - غرس واثاء القيم الاشتراكية في العمل وتبصير الشباب باهمية العمل وضروره الدقة والاخلاص فيه واحترام العمل وتشجيعه وغرس حب العمل الجماعي والحفاظ على الملكية الاشتراكية وادامتها .
- ٧ - تعريف الشباب بدور المنظمات الشمبية الجماهيرية بما فيها التنظيمات العسكرية كالجيش الشعبي والقوة والطلائع في حماية الثورة وبناء الوطن .
- ٨ - متابعة التطور الحاصل في منظمات الشباب وعكس صور عن هذا التطور .
- ٩ - زيارة مراكز الشباب وتسليط الضوء على نشاطاتها الرياضية والفنية والنشاطات الاخرى .
- ١٠ - دور الشباب في حركة قادسية صدام .

#### (ب) المرأة :

- ١ - التوعية بدور المرأة كشرمجة رئيسية في نمو وتطور المجتمع والتركيز بشكل مستمر على المهام التي يتوجب على المرأة الاضطلاع بها في العمل والمائلة والنشاطات الخدمية العامة الاخرى .

- ٢ - ابراز مكانة المرأة والاهمية التي توليها الثورة لهذا القطاع كونها شريحة من أكثر شرائح المجتمع تعرضت للاستغلال والاستبعاد المزدوج كما اشرت ذلك ادبيات حزب البعث العربي الاشتراكي .
- ٣ - التأكيد المستمر والاشارة الى التشريعات والقوانين التي شرعتها الثورة لحماية المرأة ووضعها في مكانتها المناسبة في المجتمع ومتابعة تطبيقات هذه التشريعات .
- ٤ - ابراز دور المرأة التربوي في الاسرة لخلق وشائع تعزيز العلاقات الاسرية وفق المنظور الذي تريده الثورة .
- ٥ - التأكيد المستمر على أبراز القيم الايجابية البناءة التي افرزتها التحولات الاجتماعية على اوضاع الاسرة .
- ٦ - التأكيد على الدور الرائد لتنظيمات المرأة المهنية في المساهمة بعملية التحولات الاشتراكية في القطر وخاصة خلال السنوات الاخيرة وماقدمته في معركة قادسية صدام المجيدة .
- ٧ - ابراز نضالات المرأة العربية من أجل التحرر ومساهماتها في النضال الوطني بجانب الرجل .
- ٨ - ابراز تماسك الاسرة كوحدة اساسية للبناء الاجتماعي في مواجهة حالة الحرب التي فرضها العدو الفارسي وروح التضحية والفداء التي اتسم بها موقف الاسرة العراقية .
- ٩ - التركيز على حالة النضج في العلاقة الاسرية المحصلة لتحولات عميقة في بنية المجتمع .
- ١٠ - الدعوة الى ترشيد الاستهلاك والانفاق وتبيان الاضرار الناتجة عن استمرار هذه الحالات وآثارها الاقتصادية .
- ١١ - الدعوة الى الاقتصاد وبرجة مصروفات الاسرة حسب أهميتها والعناية بالادخار وابرار منافعه .

### (ج) الاطفال :

شكلت مرحلة الطفولة واحدة من أبرز اهتمامات القيادة السياسية للحزب والثورة ونظراً لما تمثله كاستقبل منظور للقوة البشرية للمجتمع الجديد الذي تطمح الثورة الى بنائه لذا فقد اتسم توجه الثورة في مختلف الميادين الى توفير كل مامن شأنه رعاية الطفولة والاهتمام بها وتأمين مستلزمات نموها وهذا الاطار يحرص اعلام

الثورة السموع والرئي على مواكبة هذا الاهتام والنمو من خلال الحرص على تحقيق :

- ١ - أبراز أهمية رعاية الطفل والاهتمام به .
- ٢ - نشر المفاهيم التربوية الحديثة والتأكيد المستمر على ضخ القيم والمبادئ التي توصي بها الثورة والمستمدة من مبادئ الحزب القائد .
- ٣ - الاستعانة بتوجيهات واحاديث الرئيس القائد صدام حسين الخاصة بكمانة الطفل والنظرة اليه .
- ٤ - أبراز مساعي أجهزة الدولة في عكس صور الاهتام الاستثنائي بأوضاع الطفولة في القطر .
- ٥ - التعاون مع الجهات المختصة (الطلائع والفتوة) لمكس نشاطهم التنظيمية وتبسيط الضوء على مبادراتهم .
- ٦ - العمل على نشر الروح العلمية والدعوة الى المثابرة في هذا الاتجاه وابراز أهمية العلم في بناء المجتمع .
- ٧ - الدعوة الى التحلي بروح العمل الجماعي ونبذ الانانية والالتزام بالطاعة المبينة على الوعي واحترام الآخرين وحب النظافة والنظام .
- ٨ - التركيز على أهمية الزمن وضرورة احترامه واستثماره بالمجدي والمفيد .
- ٩ - التأكيد المستمر على حب الوطن والامة والتفاني من اجلها ونشر روح المجندية وابراز البطولية والتضحية كقيم مقدمة في التربية .
- ١٠ - الاستفادة من التراث والتاريخ وبما يلائم الطفولة لكس صورة تبعث على الفخر والاعتزاز بالتاريخ الوطني والقومي .
- ١١ - التأكيد المستمر على ان الوطن العربي وحدة تاريخية وحضارية وجغرافية وبشرية واقتصادية لايمكن تجزئتها وان النضال العربي يستهدف تحقيق بناء مجتمع الوحدة .
- ١٢ - الاشارة المستمرة الى منجزات ثورة ١٧ - ٣٠ تموز القومية الاشتراكية التقدمية معارف الاطفال وخلق الاعتزاز لديهم بالتجربة النموذج التي تبنى على ارض القطر .
- ١٣ - تشجيع التوجه نحو خلق معرفة موسوعية في البرامج الازاعية الموجهة للطفل .
- ١٤ - الزيارات المستمرة لرياض الاطفال والمدارس الابتدائية لعكس فعاليتها وانتقاء المواهب والامكانيات .
- ١٥ - التأكيد على ان الجيش العراقي هو جيش الامة العربية وحامي ارضها وشعبها والاشادة بلاحم قواتنا المسلحة في معركة البوابة الشرقية .

١٦ - استخدام الاساليب المبسطة التي تتلاءم وادراك الطفل في التعبير عن اهداف الخطة .

#### الطلبة : -

- ١ - ابراز دور الاتحاد الوطني كقائد طلابي لطلبة العراق والمثل الحقيقي لهم .
- ٢ - الاهتمام بالانجازات العلمية والادبية للطلبة .
- ٣ - التركيز على مجتو الطلبة العملية في مختبرات الجامعة وفصول الدراسات العليا .
- ٤ - ابراز اهمية دور الطلبة في قيادة المجتمع .
- ٥ - ابراز اهمية وعي الطلبة في التصدي لرواسب التخلف الموروث .
- ٦ - العمل على تفضية نشاطات ومبادرات القطاع الطلابي .
- ٧ - الاهتمام بمشاكل الشعبية الطلابية والمحرص على بناء جسور مع الجهات المختصة لتذليل العقبات والمشاكل .
- ٨ - العمل على نشر المفاهيم التربوية والاخلاقية المنسجمة مع طروحات الثورة واهدافها .
- ٩ - العمل على ابراز اهمية العمل في بناء المجتمع .
- ١٠ - الحث على المستوى العلمي وعلاقته بروح المواطن ومسؤولية المواطن .
- ١١ - تفضية وعي الطلبة السياسي من خلال البرامج الموجهة لهم بآخر احداث الوطن والامة .
- ١٢ - العمل على خلق تماسك عضوي بين دور الطالب ودور المدرس في تطوير المستوى العلمي .
- ١٣ - الحث على التفوق في مستويات الدراسة المختلفة واشاعة التنافس العلمي .
- ١٤ - القيام بزيارات ميدانية الى المدارس الاعدادية والزراعية والصناعية لمكس صورة عنها .
- ١٥ - الاهتمام بطلبة المحافظات واطعامهم وحاجاتهم .
- ١٦ - التأكيد المستمر على دور الطلبة كقوة طليعية شجاعة للدفاع عن الحق الوطني والقومي .

## العمال : -

- ١ - إبراز دور الطبقة العاملة في بناء المجتمع وتعزيز القاعدة الاقتصادية .
- ٢ - التأكيد على الدور المبدع والخلق للمنصر البشري والاستماعة بنهاج واقعية افرزتها مسيرة البناء الثوري في القطر .
- ٣ - الكشف عن التطورات المتدفقة في القطاع الصناعي وعكس صورة عن دور المال في تحقيقها .
- ٤ - التركيز على المفاهيم والقيم التي تؤكد مبادئ الحزب وتوجيهات القيادة فيما يخص المال ودورهم في بناء المجتمع وصيانة المنجزات والتحولت الاشتراكية في القطر .
- ٥ - الكشف عن الجوانب المشرقة في عمل المؤسسات والمصانع التابعة للقطاع الاشتراكي من خلال زيارات هذه المؤسسات بشكل دوري .
- ٦ - الاهتمام بالنهضة الصناعية الحاصلة في محافظات القطر مع مراعاة الجانب الزمني .
- ٧ - الاهتمام بنشاطات الاتحاد العام لنقابات العمال وخاصة مايتعلق منها بالجهود المبذولة في الجانب التنظيمي لابرار الدور القيادي للاتحاد .
- ٨ - التأكيد على الدور القيادي للقطاع الاشتراكي مع الاخذ بنظر الاعتبار الدور المحدد للقطاع الخاص .
- ٩ - الاهتمام بمشاكل العمال ومعالجتها مع الجهة ذات الاختصاص .
- ١٠ - تطوير الجانب النقدي البناء عند متابعة العلاقة ما بين العمال وجهة العمل .
- ١١ - الاهتمام بمشاكل عبال القطاع الخاص لابرار جوانب الحماية القانونية التي وفرتها مهم الثورة .
- ١٢ - التأكيد على المباراة الاشتراكية ونظام الحوافز في دفع وتائر الانتاج وتصميمها .
- ١٣ - التركيز على التشريعات التي شرعتها الثورة للعمال والمنجزات المتحققة لهم .

## الفلاحين : -

بحكم كون الطبقة الفلاحية قد عانت أكثر من غيرها من التخلف والحرمان فإن القيادة السياسية للحزب والثورة وضمت في اوليات اهتماماتها مسألة رفع مستوى الفلاحين. مهنياً وأجتماعياً وثقافياً ووفرت ما تحتاجه من مستلزمات لانهاضها كي تتمكن من اواء دورها المهم في رفد الاقتصاد الوطني وما يزيد من اهمية هذا

القطاع كونه يمثل نسبة مهمة من الثورة البشرية للقطر وعليه فأن الاعلام المسموع والمرئي قد واجه ومايزال يواجه مهام صعبة ومعقدة في تقديم خدمات الريف .. ويمكن بهذا الاتجاه تأشير جملة اهداف هي :

- ١ - تأكيد اهمية الفلاحين. كقوة انتاجية فاعلة ومؤثرة في تعزيز بنية الاقتصاد .
- ٢ - تأكيد حرص الثورة الدائم والمستمر على رفع كفاءات الاداء والخدمات في القطاع الزراعي .
- ٣ - ابراز الوجه المشرق في عملية النهوض الواسعة في الريف والبادية كجزء من عملية النهوض في القطر .
- ٤ - الاشارة الى التطور الاقتصادي الحاصل في اوضاع نسبة مهمة من الاسر الفلاحية .
- ٥ - التركيز على نماذج الانتاج الاشتراكي في الريف باغماطها المتعددة .
- ٦ - تناول التطور الحاصل في اوضاع الريف وقدره الثورة على متابعة هذا التطور من منظور مستوعبه لحاجات وضرورات واقع الريف .
- ٧ - التأكيد المستمر على المشاريع الاستثمارية الكبرى في المجال الزراعي ومجال الثورة الحيوانية .
- ٨ - التركيز على دور الفرد المبدع في تصعيد وتأثر الانتاج .
- ٩ - الاهتمام بأوضاع المرأة في الريف .
- ١٠ - التركيز المستمر على حصيلة الخدمات التي قدمتها الثورة للريف .
- ١١ - التأكيد الدائم على المنجزات والتشريعات التي حققتها الثورة للجاهير الفلاحية .
- ١٢ - ابراز اوجه التطور في مجالي الثروة النباتية والحيوانية .
- ١٣ - تشجيع زراعة المحاصيل الصناعية والمحاصيل الاستراتيجية .
- ١٤ - ابراز دور الزراعة في تحقيق موضوع الامن الغذائي وعلاقة ذلك بالامن الغذائي القومي .
- ١٥ - العناية بالناشئة الريفية والاشارة الى اوضاعهم من خلال البرامج الموجهة للشباب والاحداث .
- ١٦ - رفع الوعي المهني للفلاحين. والمرشدين والنظار التعاونيين .
- ١٧ - متابعة البحوث الجارية في اقسام الدراسات العليا والدعوة الى استنارتها ميدانياً .
- ١٨ - تشجيع تربية النحل والحشرات النافعة .
- ١٩ - ابراز المنجزات التي تحققت في ميادين التربية والتعليم والصحة والكهرباء والماء ومراكز ارشاد المرأة الريفية وتعبيد الطرق في الريف .



- ٢٠ - الاهتمام بمشاريع الري واستصلاح التربة .
- ٢١ - بناء علاقات تعاون مستمرة من فروع التنظيمات الفلاحية في المحافظات وعكس صور بناءة عن نشاطاتها .
- ٢٢ - التنسيق مع الاتحاد العام للجمعيات الفلاحية والهيئات العامة للإرشاد والتثقيف الفلاحي فيما يتعلق بالتعاون المشترك .
- ٢٣ - الاهتمام بالصحافة الإذاعية الموجهة للفلاحين .
- ٢٤ - بناء صور وثيقة مع الهيئات المختصة في جامعات القطر وكليات الزراعة على وجه الخصوص .
- ٢٥ - الاهتمام بالجانب النقدي البناء في التجاوزات والاشكالات في واقع الريف ومتابعة حلها بالتعاون مع الجهات المختصة .
- ٢٦ - الاهتمام بالمشاكل الاجتماعية في الريف ومعالجتها بالتعاون مع اخصائيين والجهات ذات العلاقة .
- ٢٧ - استقطاب الطاقات المبدعة والمبادرة والاستفادة منها في الاعلام الموجه للريف .
- ٢٨ - الزيارات الميدانية المستمرة للريف والاستفادة من حصيلتها في رفد البرامج الريفية .
- ٢٩ - عكس النشاطات المبذولة في الريف لمحاربة الامية .
- ٣٠ - ابراز دور الانسان ووعيه في تفجير الطاقات الانسانية لرغد الانتاج وتطوره .

#### المنظمات المهنية والشمعية : -

من ابرز سمات التجربة النموذج في القطر هي الممارسة الديمقراطية التي بدأت بها الثورة من ايامها الاولى وتساعدت مع استمرار سنوات عمرها المنتصر وانتهت بانتخابات المجلس الوطني واذا كان تشكيل المجلس الوطني وشروعه في ممارسة مهامه في المجلس في هذه الممارسة المبررة عن نجاح الثورة واقتدارها في خلق الوعي الجماهيري فأن تجربة مجالس الشعب تبقى متميزة في مفزاها وممطياتها ومن الاهمية بمكان التركيز عليها . بجانب السعي المستمر لتغطية ومتابعة نشاطات المجلس الوطني .

وهذا السياق من الضروري التركيز على مبادئ الحزب في هذا المجال وعكس التطورات المبدئية التي استندت اليها التجربة التي استطاعت استيعاب حاجات

الشارع وبناء المسور معها وهنا ينبغي الاهتمام أيضاً بالتعليمات المهنية والواجهات والمهات التي تقوم بها بحيث يمكن القول ان هذا الدور هو استعمال لدور مجالس الشعب فيما يمثل المجلس الوطني النموذج الاكبر الذي لا يستغنى عن الامتدادات الموجودة في ساحة القطر وهي مختلف الميادين . وعليه فأنه من الضروري والحيوي ان تتم الاذاعة والتلفزيون بنشاطات الاتحادات المهنية والمنظمات الشعبية ومجالس الشعب وصولاً الى المجلس الوطني والاستعانة بأحاديث وخطب السيد الرئيس القائد صدام حسين . بهذا المجال .

### هو الامية : -

تتواصل جهود الاجهزة المختصة في محاربة الامية والقضاء عليها وهي واحدة من اخطر المضلات الاجتماعية ولما كانت هذه المهمة مستمرة بدأب ومثابرة في عموم انحاء القطر إنما يزيد روعتها هو استمرارها في خرق استمرار العدوان الفارسي على القطر وهذا مايفرض مهمة تكثيف الجهود من جانب الاعلام المسوم والمرئي لتابعة نشاطات الحملة في بغداد ومحافظات القطر وعكس صور عن الناذج الناجمة والأيجابية للدراسين والمحاضرين والتنسيق بهذا المجال مع المجلس الاعلى للحملة الوطنية لحو الامية بقية اعطاء تصورات ناضجة عن الافاق التي وصلتها الحملة والتطورات الحاصلة منها وما يمكن طرحه من امور مشابهة تعكس صورة من صور اصرار شعبنا على مقارعة ظلام التخلف واجتثاثه وبناء المجتمع السلم الذي يلي طموحات الثورة ويجسد مبادئ وافكار الحزب القائد حزب البعث العربي الاشتراكي .

### صيح تنفيذ الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون : -

تضمنت الخطوط العريضة للخطة الاعلامية العامة للاذاعة والتلفزيون جملة تعليمات الى لجان تخطيط البرامج يتم بموجبها وضع الخطط التنفيذية لتحقيق الاهداف التي يسبق تحديدها ، وقد نصت هذه التعليمات على ما يلي : -

(١) على كل مدير ان يجتمع بلجنة تخطيط البرامج التابعة لمديريته لمناقشة اهداف البرامج وتوضيحها ووضع المؤشرات الكفيلة بتحصيل هذه الاهداف الى خطط برامجية لمدة اثني عشر شهرا على ان تتبعها فيما بعد الخطط التنفيذية للاعوام التالية ويجدد المدير مهام كل رئيس قسم في هذا الاطار .

- (٢) على رؤساء الاقسام البرامجية الاجتماع بالعاملين معهم من الكتاب والفنانين .
- (٣) ترفع المخطط التنفيذية للأقسام الى لجنة البرامج المشار اليها في الفقرة الاولى . لمناقشتها واحالتها بعد ذلك الى اللجنة العليا للتخطيط ولا يبدأ التنفيذ الا بعد اقرارها للمخطة التنفيذية وابلاغ المدير بذلك .
- (٤) يلاحظ من ذلك ان المطلوب هو تحديد البرامج التي يمكن للاقسام المختلفة تنفيذها خلال السنة الاولى للمخطة وتحقيق جانب أو أكثر من اهداف المخطة الى جانب البرامج المعتادة التي تلتزم الاقسام المختلفة بتنفيذها خلال الدورات الاذاعية وذلك دون تحديد تفضيلي لاسماء المؤلفين . او المخرجين او المشاركين في البرامج او الايام المحددة للاذاعة ، فمثلاً يقترح قسم برامج الاطفال في التلفزيون انتاج سلسلة من التحقيقات تعرض ضمن فترة برامجة وتحدد عدد حلقاتها واهدافها وتضمن في الدورات الاولى او الثانية ولذلك فهذه المخطة تختلف عن الدورات الاذاعية والتلفزيونية المتعارف عليها ولكنها لاتعارض معها بل تدخل في إطارها .<sup>(٨)</sup>
- إن الملاحق المدرجة ارقامها ادناه وعناوينها تبين المخطط البرامجية لاذاعة بغداد وتلفزيون بغداد القناتين الاولى والثانية وكما يلي : -

- ملحق رقم (٥) : يبين معدل البث اليومي والأسبوعي بالدقائق والنسبة المئوية للبرامج موزعة حسب الأقسام ، في دورة اذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٠ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٠<sup>(٩)</sup>
- ملحق رقم (٦) : يبين معدل البث اليومي والأسبوعي بالدقائق والنسبة المئوية للبرامج موزعة حسب الأقسام ، في دورة اذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨١ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨١ .
- ملحق رقم (٧) : يبين معدل البث اليومي والأسبوعي بالدقائق والنسبة المئوية للبرامج موزعة حسب الأقسام ، في دورة اذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٢ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٢ .
- ملحق رقم (٨) : يبين البرامج اليومية والأسبوعية موزعة حسب الأقسام ومدتها بالدقائق وموعد اذاعتها والملاحظات على هذه البرامج ، في دورة اذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٠ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٠ .
- ملحق رقم (٩) : يبين توزيع البرامج على ساعات البث اليومية من الافتتاح ولغاية نهاية البث ولجميع أيام الأسبوع ، في دورة اذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٠ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٠ .

- ملحق رقم (١٠) : بين البرامج اليومية والأسبوعية موزعة على أيام الأسبوع ومدتها وموعد أذاعتها والقسم الذي تنتمي اليه وفي دورة أذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٠ ولغاية ٣٩ / ٦ / ١٩٨٦ .
- ملحق رقم (١١) : بين توزيع البرامج على ساعات البث اليومية من الافتتاح ولغاية نهاية البث ولجميع أيام الأسبوع ، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٥ ولغاية ٣٩ / ٦ / ١٩٨٥ .
- ملحق رقم (١٢) : بين البرامج اليومية والأسبوعية موزعة حسب الأقسام ومدتها بالدقائق ، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٥ ولغاية ٣٩ / ٦ / ١٩٨٥ .
- ملحق رقم (١٣) : بين دورة برامج أذاعة بغداد النصف الثاني لسنة ١٩٨٧ .
- ملحق رقم (١٤) : بين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول للفترة من ١ / ٤ / ١٩٨٥ ولغاية ٣٩ / ٦ / ١٩٨٥ (١) .
- ملحق رقم (١٥) : بين دورة برامج البث الصباحي للمطلعة الصيفية للبرنامج الأول للفترة من ٢٢ / ٦ / ٥ ولغاية ٢٢ / ٩ / ١٩٨٥ .
- ملحق رقم (١٦) : بين دورة برامج البث الصباحي للمطلعة الصيفية للبرنامج الأول لشهر حزيران عام ١٩٨٦ .
- ملحق رقم (١٧) : بين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول للفترة من ١ / ٨ / ١٩٨٦ ولغاية ٣٩ / ٩ / ١٩٨٦ .
- ملحق رقم (١٨) : بين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الثاني للفترة من ١ / ٨ / ١٩٨٦ ولغاية ٣٩ / ٩ / ١٩٨٦ .
- ملحق رقم (١٩) : بين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٧ ولغاية ٣١ / ٣ / ١٩٨٧ .
- ملحق رقم (٢٠) : بين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الثاني للفترة من ١ / ١ / ١٩٨٧ ولغاية ٣١ / ٣ / ١٩٨٧ .
- ملحق رقم (٢١) : بين دورة برامج شهر رمضان المبارك لعام ١٩٨٧ من قناة البرنامج الأول .
- ملحق رقم (٢٢) : بين دورة برامج شهر رمضان المبارك لعام ١٩٨٧ من قناة البرنامج الثاني
- ملحق رقم (٢٣) : بين دورة البرنامج التلفزيونية / البرنامج الأول للفترة من ١ / ٧ ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧ .
- ملحق رقم (٢٤) : بين الدورة التلفزيونية المجددة / للبرنامج الثاني للفترة من ١ / ٧ ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢٥) : يبين دورة البرامج للفترة الصباحية من ٦ / ٢٠ ولغاية ٦ / ٢٠ ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢٦) : يبين الدورة التلفزيونية / البرنامج الأول / للفترة من ١ / ١ ولغاية ٦ / ٢٠ ١٩٨٨ .

### واقع الخدمات الأذاعية في الاتحاد السوفيتي : - (١١)

لقد بدأت الأذاعة السوفيتية مثل العديد من الأنظمة الأذاعية الأخرى وهي تخضع للأشراف والادارة الحكومية المباشرة ، ففي حزيران سنة ١٩٢٤ أنشأ مجلس الوزراء منظمة أذاعية دائمة في إطار شركة مساهمة سميت « الراديو للجميع » وسرعان ما أعيد تسميتها « البث الأذاعي » Radio paredacha ، مكونة من أربع وكالات كان من ضمنها كوميسارية الشعب لخدمات البريد والتلغراف commissariat of posts and Telegraphs .

وفي سنة ١٩٢٨ تم حل راديو paredacha وأصبح من حق كوميسارية البريد والتلغراف ادارة الأذاعة والأشراف عليها بشكل كامل ، ولكن أشراف البريد والتلغراف على الأذاعة لم ينجح في تحقيق الأهداف المطلوبة من هذه الخدمة لذلك نقل الأشراف على الأذاعة في ٣١ كانون الثاني الى لجنة قومية للأذاعة تحت أشراف مجلس كوميسارية الشعب التي تسيطر عليها اللجنة المركزية للحزب وأدارة الدعاية والتحريك التابعة له . وبعد تسعة شهور حدد مجلس الكسار سلطات لجنة الأذاعة وعهد إليها تنظيم وتخطيط وأدارة الأذاعة في الاتحاد السوفيتي بما في ذلك الأذاعة السلكنية في المستويات السفلى في المراكز الإقليمية .

وبذلك أصبحت اللجنة الجديدة مسؤولة عن التنظيم والتخطيط والتوجيه والتشغيل للراديو في الاتحاد السوفيتي ، بما في ذلك الراديو السلكني من خلال محطات التبادل الصغيرة في مراكز الأقاليم . وأصبح يشار الى الهيئة التي تشرف على الأذاعة في الاتحاد السوفيتي « بلجنة الراديو القومية » Allunion Radio Committee وعرفت بالحروف الثلاثة VRK وأصبح على الراديو مثل الصحافة أن يقوم بهام التحريك والدعاية والتنظيم . وقد تلا ذلك إنشاء لجنة الراديو الاتحادية ويرأسها رئيس ونائبين يمينهم مجلس الوزراء وتنقسم الى ثلاثة مجالس : مجلس الأمكانيات الفنية للأذاعة Radiofocation ، والأذاعة المركزية ، والأذاعة المحلية . وكانت الاولى مسؤولة عن بناء وتطوير المحطات والامور الفنية وذلك بالتعاون مع وزارة المواصلات التي توفر اجهزة الارسل والمخطوط التي ترنط

المحطات وهي أيضاً مسؤولة عن تطوير شبكة التوزيع السلكية وتخصيص أطوال الموجات للمحطات. والمجلس الثاني أي الإذاعة المركزية كان يخطط للإذاعات المركزية والتوزيع القومي وهو مقسم إلى إدارات وظيفية مثل الدعاية والتعليم والأخبار والإذاعات الأدبية والدرامية وإذاعات الأطفال والبرامج الموسيقية - والمجلس الثالث وهو مجلس الإذاعة المحلية ينسق ويشرف على عمل لجان الراديو المحلية .

وفي ٦ تموز سنة ١٩٤٩ تم حل لجنة الراديو الاتحادية وحل محلها لجنة الأعلام بالراديو التابعة لمجلس الوزراء . وتبع ذلك في ٣٠ آذار سنة ١٩٥٣ ظهور الإدارة الرئيسية للأعلام بالراديو التابعة لوزارة الثقافة . التغيير الآخر حدث في سنة ١٩٥٧ حينما تولت لجنة الدولة للراديو والتلفزيون التابعة لمجلس الوزراء مسؤوليات الإذاعة . وفي ١٩ نيسان سنة ١٩٦٢ صدر قرار من مجلس الرئاسة السوفيتي *presidium* بتحويل لجنة الدولة للراديو والتلفزيون التابعة لمجلس الوزراء إلى لجنة وزارية للراديو والتلفزيون .

وقد صدر في ١٢ تموز سنة ١٩٧١ قرار بتطوير الإذاعة ووضعها تحت السيطرة المركزية ونقلت لجنة الراديو والتلفزيون في مجلس الوزراء من لجنة اتحاد إلى لجنة دولية حكومية وهذا يصبح رئيس لجنة الراديو والتلفزيون عضواً في الحكومة السوفيتية .

والمسؤولية الرئيسية عن لجنة الدولة للتلفزيون تقع على عاتق رئيس وأربعة من النواب وأثنى عشر عضواً في مجلس الإدارة . ويرأس نائب رئيس كل من الإدارات الأساسية وهي : الراديو الداخلي ، والتلفزيون الداخلي ، الإذاعة للجماهير الأجنبية ، والتشفيل الفني والمالي . ويتبع كل نائب رئيس عدد من « رؤساء التحرير » مسؤولين مباشرة عن أدائهم لعملهم أمام أذنتهم المعنية .

ويقسم الراديو الداخلي إلى أربعة عشر قسمًا تقدم كلها برامج لشبكات الراديو المختلفة ، وتقسم مسؤوليات البرامج بالشكل الآتي :

(١) الأخبار والمعلومات ( بما في ذلك شبكة *Mayak* للمعلومات في جميع أنحاء الدولة ، بالإضافة إلى برامج الأخبار والمعلومات في الشبكات الأخرى .  
(٢) الدعاية (مقسمة إلى ستة أقسام : الاجتماعية والسياسية ، الاقتصادية والصناعة ، الزراعة ، الشؤون الدولية ، العلوم والتكنولوجيا ، الثقافة الجسمانية والرياضة ) .

(٣) الأطفال .

- (٤) الشباب .
  - (٥) الأداب والدراما (مقسمة الى نثر وشعر ، أدب أجنبي ، دراما فكاهة ومرح ، مسرح ، وعروض ضخمة) .
  - (٦) الموسيقى .
  - (٧) برامج لمدينة موسكو .
  - (٨) برامج لمنطقة موسكو .
  - (٩) التخطيط والتنسيق لراديو الاتحاد كله .
  - (١٠) التخطيط والتنسيق للبحث المحلي .
  - (١١) البرامج المنتجة مركزياً للتوزيع المحلي .
  - (١٢) المطبوعات المتصلة بالراديو .
  - (١٣) أبحاث الجماهير .
  - (١٤) ربط المحطات وتبادل البرامج مع الدول الأجنبية .
- ويتبع التلفزيون داخل الاتحاد السوفيتي أيضاً ١٤ قسماً ، بالرغم من أنه ليس منظماً تماماً مثل الراديو وهي :

- (١) برامج أجتاعية وسياسية .
- (٢) أخبار ومعلومات .
- (٣) أفلام .
- (٤) أطفال وشباب (خارج المدارس) .
- (٥) برامج لمنطقة موسكو .
- (٦) موسيقى .
- (٧) برامج أدبية ودرامية .
- (٨) تخطيط وتنسيق .
- (٩) تبادل البرامج داخل الاتحاد السوفيتي .
- (١٠) تعليم .
- (١١) تشفيل .
- (١٢) تصميم .
- (١٣) أنتاج صوتي .
- (١٤) أبحاث جماهير .

أما الإدارة المسؤولة عن الأرسال الأجنبي ، فأنها مقسمة وفقاً للمناطق المستهدفة : الدول الاشتراكية ، أميركا الشمالية ، أميركا اللاتينية ، أوروبا الغربية ، الشرق الأوسط والادنى ، جنوب شرق آسيا ، الشرق الأقصى ، وأفريقيا . أما

الادارات والأقسام الأخرى في لجنة الدولة فأنها مسؤولة عن اختيار العاملين والتدريب ، والمهندسة والطبوعات وجمع المعلومات والتخطيط المالي ، والمال والأجور .

وأن لجان الراديو المحلية تعرف بأنها هيئات محلية localorgans تابعة للجنة القومية ، وروؤسائها « ممثلين » ومسؤولين أمام لجنة الراديو القومية VRK . وللجنة الأذاعية المحلية مسؤوليتان رئيسيتان هما : -

- ( ١ ) أعادة أذاعة البرامج التي تبث من محطة الأرسال المركزية في منطقتها المحلية ، على الموجة المحلية .
- ( ٢ ) تخطيط وتنفيذ برامج خاصة بها .

وتعمل لجنة الراديو مباشرة تحت إشراف مجلس الوزراء ، الذي يحدد سياستها العامة والتي تعتبر مسؤولة أمامه . ولجنة الإشراف على الأذاعة مقسمة الى الأقسام الآتية : -

- ( ١ ) ادارة الأذاعة المركزية : تخطط وتنظم وتنفذ البرامج وتذاع تلك البرامج من موسكو وهي توجه الأستهلاك على مستوى قومي ويدخل تحتها :  
أ - الدعاية والتحريك .

ب - الاخبار .

ج - مكتب الدفاع .

د - قطاع الأذاعات الدرامية والأدبية .

هـ - قطاع أذاعات الأطفال .

- ( ٢ ) إدارة موسيقى الأذاعة :

- ( ٣ ) إدارة الأذاعة المحلية : وهي لاتقوم بنفسها بالأذاعة ولكنها تشرف على

الأذاعات التي تقدمها لجان الراديو المحلية ومدير الأذاعة السلوكية .

والهدف منها تنفيذ توجيهات اللجنة القومية ، وتشرف كذلك على تدريب

المذيعين وتوزيعهم على المحطات المحلية وتنظيم الشيكات في كل منطقة ،

وهي مقسمة على أساس أقليمي وتعاون المحطات المحلية في عمل البرامج .

- ( ٤ ) المكتب الدولي للأذاعات الخارجية : وتتضمن إدارة الراديو وهي أساساً

إدارة فنية ومسؤولة عن الأذاعة الخارجية ، وعليها مسؤولية التشاور مع

وزارة الاتصال وغيرها من الهيئات الحكومية حول الأذاعة وعمل شيكات

أستقبال ومحطات أذاعية وتخصيص موجات هوائية وتوزيع أجهزة

الأستقبال وأجهزة الأرسال في الاتحاد السوفيتي .



## البرامج الأذاعية في الاتحاد السوفيتي : - (١٣)

يعتبر الراديو وكذلك التلفزيون في الاتحاد السوفيتي من الوسائل الشعبية للتعليم والتثقيف المذهبي السياسي ، ولهذا توضع السياسة التي تحدد ما يذاع على أساس تحقيق تلك المهام ، ونظراً لأن الدولة تسيطر على الموجات الهوائية كما تسيطر على المطابع فإن وسائل الإعلام لا تخضع لسيطرة الجماهير بل تحدد الدولة ما يذاع . والراديو كان يعلم ٩٠٪ من الوقت ويسلي ١٠٪ من الوقت فقط ، وبالرغم من ذلك فإن الاذاعة تهم برغبات الجمهور ويرسل المستمعون آلاف الرسائل للمحطات يعربون فيها عن رغباتهم ، وتبادل الاذاعة المشورة مع المستمعين وتحصل على معلومات هامة من خطاباتهم ، ولكن لا يحدد الجمهور مضمون الخدمة الأذاعية وأن كانت رغباته هامة ، وعلاوة على هذا يقيم النظام بشكل مستمر البرامج بدون الاستعانة بأيمان الرأي العام حتى يتحقق من مضمونها وأدائها ، ويخضع راديو موسكو لأشراف مركزي أكثر من الصحافة . وتذيع خدمة الراديو المركزية من موسكو ثمانية برامج كلها باللغة الروسية من خلال محطات الراديو التي تستخدم موجات الراديو الطويلة والمتوسطة والقصيرة والبالغة القصر (FM) ، وتصل أجمالي ساعات الاستماع الى ٩٩٠ ساعة أسبوعياً .

ويذاع البرنامج الأول على شبكة منتشرة في جميع أنحاء الدولة ويبث (٢٠) ساعة يومياً من خلال كل محطات الراديو المحلية وشبكات إعادة الأرسال ، وتقدم برامج الراديو المعلومات والشؤون القومية والأجنبية والدولية بما في ذلك نشرات الأخبار والأحداث والتعليقات وبرامج الشباب وأذاعات الأطفال .

أما البرنامج الثاني فيبث (٢٤) ساعة يومياً وهو معروف باسم (Mayak) ويذيع (٤٨) نشرة أخبارية يومياً تغطي الشؤون الداخلية والدولية ويتخلل ذلك موسيقى وترفيه خفيف .

ويبث البرنامج الثالث (١٧) ساعة يومياً وله طبيعة تعليمية عامة فيقدم الأدب والموسيقى وهو مخصص لجذب أكبر جمهور ممكن ، وأن غالبية مواد البرنامج تتكون من أنتاج مسرحي ودراما وموسيقى وتقديم المؤلفين . و (الكتاب المسرحيين والمؤلفين . والممثلين ، وكونسرتات وبث مباشر من قاعات موسيقية .

أما البرنامج الرابع (FM) فهو برنامج موسيقي وأدبي ودرامي مخصص لتطوير المعرفة والتقدير الجماهيري للأعمال والعروض في تلك المجالات . ويبث برامجه على مدى (٨) ساعات يومياً (١٣) ساعة في أيام السبت والأحد . ويذيع البرنامج الخامس . (٢٤) ساعة يومياً من الأنباء الاجتماعية والسياسة وبرامج موسيقية ،

ويهدف للوصول الى المواطنين السوفيت الذين يعملون بالخارج ويقدم أيضاً برامج موجهة الى الصيادين السوفيت والعاملين في البحار .

البرنامجان السادس والسابع : مخصصان للوصول الى المستمعين في المناطق الشرقية (الشرق الأقصى وسيبيريا ، منتصف آسيا وكازاجستان) ويقومان بمجرد تكرار البرنامج الأول ، مع الأخذ في الاعتبار اختلافات التوقيت في المناطق المختلفة .

وتشغل البرامج الثقافية والتعليمية قدراً كبيراً من الزمن الأذاعي وتتضمن تلك الاحتفالات الموسيقية للتجمعات لخدمة راديو وتلفزيون الاتحاد ، ولإبالي موسيقية للجمهوريات ، واحتفالات راديو مخصصة للأدب والفن في الجمهوريات المستقلة ، ودورات شاملة للأذاعات في كل من الراديو والتلفزيون .

ويقدم برنامج قدمة الراديو المركزية الأسبوعية أذاعات أخبارية (٢١٣،٢) من الوقت المخصص وأذاعات أجتاعية سياسية ، أقتصادية علمية وثقافية ورياضية (٢١٥،٥) من الوقت المخصص ومسرحيات وأدب (٢٩) ، وأذاعات للأطفال والشباب (١٣،٧) وموسيقى (٣٩،١) ، وأذاعات أخرى (٢٨،٥) .

### واقع الخدمات الأذاعية في مصر : - (١٣)

في ٣١ أيار سنة ١٩٣٤ تم افتتاح الأذاعة المصرية ، وظلت الأذاعة المصرية تابعة لوزارة المواصلات حتى أنشأت وزارة الشؤون الأجتاعية في ٢٠ آب ١٩٣٩ وأصبحت الأذاعة إحدى إداراتها .

وظل الحال كما هو حتى أصدر مجلس الوزراء في ١٩ نيسان ١٩٤٢ قراراً يقضي بأن تكون الأذاعة تحت إشراف وزارة الداخلية نظراً لما للأذاعة من دور يتصل بمسائل الأمن العام أثناء الحرب ، ثم عاد الإشراف مرة أخرى الى وزارة الشؤون الأجتاعية بعد أنتهاء الحرب العالمية الثانية . وفي ٣٠ تشرين أول ١٩٤٧ صدر مرسوم ينص على أن الأذاعة المصرية هيئة قائمة بذاتها ملحقة بوزارة الشؤون الأجتاعية وأصبح أسمها (إدارة الأذاعة اللاسلكية المصرية) ثم صدر قانون آخر في عام ١٩٤٩ ينص على أستقلال الأذاعة وأعتبارها هيئة مصرية مستقلة أسمها الأذاعة المصرية .

وقد صدر مرسوم في ١٠ تشرين ثان ١٩٥٢ بإنشاء وزارة الإرشاد القومي وتم إلحاق الأذاعة بها ، وفي عام ١٩٥٨ تم إلحاق الأذاعة برئاسة الجمهورية ، ثم نظمت

أذاعة الجمهورية العربية المتحدة بقرار جمهوري عام ١٩٥٨ باعتبارها مؤسسة عامة لها الشخصية الاعتبارية وحدد القرار عمل الأذاعة بالمشاركة في التوجيه القومي العام ورفع مستوى الشعب ثقافياً وأجتماعية وأخلاقياً ، كما تحدت أغراضها على النحو التالي :

- (١) النهوض بمستوى الفنون بأنواعها .
- (٢) تقوية الشعور القومي والتعاون الاجتماعي وبت روح التضامن بين مختلف الأفراد والجماعات وتميز التقاليد الصالحة .
- (٣) المساهمة في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية .
- (٤) معالجة المشكلات الاجتماعية والدعوة الى التمسك بالقيم الروحية والأخلاقية .
- (٥) إحياء التراث العربي والأدبي والعلمي والفني .
- (٦) إطلاع الشعب على خير ما أنتجت الحضارة الإنسانية .
- (٧) تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وأيقافه على مختلف التيارات العالمية .
- (٨) تعريف جمهورية مصر العربية والعالم العربي للبلاد الأجنبية .
- (٩) تشجيع المواهب في شتى نواحي الفكر والأبداع .
- (١٠) تقوية العلاقات بين المقيمين والمغتربين من أبناء الوطن .
- (١١) الترفيه عن المواطنين .

#### تطور خدمات الأذاعة : —

حتى قيام ثورة يوليو (تموز) ١٩٥٢ قدمت الأذاعة ثلاثة برامج فقط في خريطة عملها احدها لخدمة المستمع المحلي وكان لايتجاوز ارسالة اليومي (١١) ساعة على فترات متقطعة ، أما البرنامج الثاني وهو البرنامج الأوربي فلم تتجاوز مدة ارساله (٤) ساعات يومياً يبت خلالها برامج باللغتين الانكليزية والفرنسية فقط ، وقدم البرنامج الثالث للجواهر السودانية حيث كان يبت لهم برنامج (ركن السودان) ولم تتمد قوة الأرسال الى ما قبل عام ١٩٥٢ (٧٢) كيلووات على الموجة المتوسطة فقط وقد شهدت الأذاعة المصرية تطوراً سريعاً يعد هذا العام حيث تم بث برامجها على الموجة القصيرة بقوة تصل الى (٤٠) كيلووات .

## الخدمات الإذاعية المختلفة : -

### ( ١ ) البرنامج العام : -

بدأ هذا البرنامج تحت أسم البرنامج الرئيسي منذ بداية عهد الإذاعة المصرية في ٣١ أيار ١٩٣٤ ، وقد بدأ هذا البرنامج إرساله لمدة لا تتجاوز ( ١١ ) ساعة يومياً وصلت الى عشرين ساعة يومياً تغطي خلالها جميع البرامج التي تتم مختلف فئات الشعب من مثقفين . وعمال وموظفين وأمرأة عاملة وربة بيت ... الخ الى جانب أنه يعبر عن وجهة النظر الرسمية للحكومة بالنسبة للسياسة الداخلية والخارجية .

### ( ٢ ) البرنامج الأوربي المحلي : -

بدأ هذا البرنامج إرساله في عام ١٩٣٤ مع بداية الإذاعة المصرية وقد بدأ البرنامج الأوربي المحلي إرساله بلغتين أجنبيتين هما الفرنسية والانكليزية ثم أضيفت اليها ثلاث لغات أخرى هي الإيطالية واليونانية والألمانية وقد وصلت ساعات الإرسال الى ( ١٤,٣٠ ) ساعة يومياً ، وزعت كما يلي : ( ٥٨,٩٨ ) برامج ترفيهية ، ( ١٥,٨٣ ) برامج إعلامية ، ( ١٥,٢٨ ) برامج ثقافية و ( ١٤,١٤ ) للإعلانات .

### ( ٣ ) إذاعة ركن السودان : -

أنشأت الإذاعة المصرية في عام ١٩٤٩ ركناً أسمته ركن السودان وذلك لمدة نصف ساعة أسبوعياً ، تطور الأمر وبدأ إرسال الإذاعة السودانية في القاهرة لمدة نصف ساعة يومياً .

### ( ٤ ) الإذاعات الموجهة : -

بدأت الإذاعات الموجهة عملها بعد قيام ثورة يوليو (تموز) بحوالي عام ، وتذيع هذه الإذاعات بأربع وثلاثين لغة مختلف شعوب العالم في آسيا وأفريقيا وأوروبا والأمريكتين . والشرق الأوسط ويصل إرسالها الى ( ٦٣,٢٥ ) ساعة يومياً .

#### ( ٥ ) أذاعات صوت العرب : -

بدأت أذاعة صوت العرب في ٤ تموز ١٩٥٣ لمدة نصف ساعة فقط في البداية ، وقد وصلت الى ساعة كاملة في تشرين من نفس العام ، وتطورت ساعات إرسال صوت العرب الى أن وصلت الى ( ٢٢ ) ساعة وربع ساعة يومياً .

#### ( ٦ ) أذاعة الأسكندرية المحلية : -

بدأت خدمة هذه الاذاعة في ٢٦ تموز ١٩٥٤ كأول أذاعة محلية في مصر تقدم لمستمعيها كل ماهو محلي في محاولة لتعريف أهالي هذا الشفر بمدىنتهم تاريخياً وثقافياً وأدبياً ، وقد وصل متوسط ساعات إرسالها اليومي الى ( ٨,٤٨ ) ساعة موزعة كآلائي : البرامج الترفيهية ، ( ٤٢,٥١ ) الطوائف ( ١٥,٢٣ ) ، الدينية ( ١٤,١٥ ) ، الإعلانات التجارية ( ١,٧٦ ) .

#### ( ٧ ) البرنامج الثاني : -

أنشأت خدمة البرنامج الثاني في ٥ أيار عام ١٩٥٧ ويبلغ متوسط ساعات إرساله اليومي ( ٣,٣٠ ) ساعة .

#### ( ٨ ) أذاعه مع الشعب : -

أذاعة تم خدمة أذاعية عرفت بأسم أذاعة مع الشعب في ٢٥ تموز ١٩٥٩ وأهتمت هذه الأذاعة بالبرامج الربنية التي تخدم المشكلات التي يتعرض لها الفلاح وأصبحت تقدم يومياً ، ووصلت ساعات إرسال هذه الخدمة الى حوالي ( ٨,٣٩ ) ساعة في المتوسط يومياً .

#### ( ٩ ) أذاعة فلسطين : -

أخذت الأذاعة المصرية على عاتقها إنشاء خدمة أذاعية تعالج القضية الفلسطينية وتكون منبراً يستطيع أبنائها أن يعبروا من خلال تلك الخدمة الأذاعية عن آرائهم وبالفعل بدأت في بث برامجها من أذاعة صوت العرب في ٢٩ تشرين ١٩٦٠ ثم تنامت البرامج خلال هذه الأذاعة حتى وصلت ساعات إرسالها الى حوالي خمس ساعات يومياً .

#### ( ١٠ ) أذاعة الشرق الأوسط : -

بدأت أذاعة الشرق الأوسط كأول أذاعة تجارية في أيار سنة ١٩٦٤ ، ويمتد إرسال هذه الأذاعة على فترتين ، صباحية ومساءية ، وبمعدل ١٣ ساعة يومياً ، وتتميز هذه الأذاعة ببرامجها القصيرة الخفيفة التي تشد المستمع والتي من خلالها يتم أذاعة مختلف الإعلانات التجارية لكافة المنتجات العالمية .

#### ( ١١ ) أذاعة القرآن الكريم : -

بدأت هذه الأذاعة إرسالها في ٢٩ آذار عام ١٩٦٤ ومن أهدافها تقديم القرآن الكريم قراءة وتلاوة ، مع تقديم برامج خاصة لشرح معاني الكتاب الكريم الى جانب تقديم ما يمد القيم الروحية ومعاني الخير والفضيلة ، ويصل متوسط ساعات إرسالها الى ( ١٧ ) ساعة يومياً .

#### ( ١٢ ) أذاعة البرنامج الموسيقى : -

بدأت هذه الخدمة إرسالها في آذار ١٩٦٨ كخدمة أذاعية تهتم بالموسيقى وتهدف الى رفع مستوى التذوق الموسيقي لدى المستمعين . كذلك تقديم أرقى أعمال الموسيقيين العالميين ، وتبلغ ساعات إرسال هذه الخدمة ( ١٥ ) ساعة يومياً شغلت الموسيقي الخفيفة النسبة الأكبر فيها .

#### ( ١٣ ) أذاعة الشباب : -

أنشأت هذه الخدمة في ٦ / ١٠ / ١٩٧٥ بطاقم من الذيعين الشباب حديثي التخرج ، وتقتد ساعات إرسال هذه الخدمة لمدة ساعتين يومياً وذلك على فترة واحدة من الساعة الثالثة حتى الخامسة مساءً .

#### البرامج في التلفزيون المصري : -

أفتتح التلفزيون المصري إرساله في ٢١ تموز عام ١٩٦٠ . وتعتبر جمهورية مصر العربية التلفزيون وسيلة اعلامية هامة يجب حسن استخدامها لدعم الجهود من أجل التنمية ، وأن برامج التلفزيون المصري بجانب أنها تجمع بين

التثقيف والتعلم والتسلية والأعلان ، وتهم اهتماماً خاصاً ببرامج التنمية وتوجه إليها عناية فائقة بحكم كون مصر إحدى الدول النامية في العالم .

ومن هنا كان تركيز التلفزيون المصري بصفة خاصة على البرامج التعليمية التي أصبح لها مساحة كبيرة من زمن الأرسال التلفزيوني ، وأمتدت هذه المساحة ليس فقط على القناة الأولى بل أيضاً على القناة الثانية ، بجانب هذه البرامج نجد نوعيات أخرى للبرامج منها مايلي : -

( ١ ) البرامج السياسية : وتضم كل من البرامج الأخبارية وبرامج الأحداث الجارية والهامة .

( ٢ ) البرامج الدينية .

( ٣ ) البرامج الثقافية .

( ٤ ) برامج المرأة .

( ٥ ) برامج الأطفال .

( ٦ ) برامج الصحة .

( ٧ ) برامج السياحة .

( ٨ ) برامج التنمية الزراعية .

( ٩ ) برامج التنمية الصناعية .

( ١٠ ) برامج المنوعات .

( ١١ ) البرامج التعليمية .

( ١٢ ) البرامج الرياضية .

( ١٣ ) برامج الشباب .

هذا بالإضافة الى التمثيليات والمسلسلات والأفلام العربية ، الى جانب بعض المسلسلات والحلقات والأفلام الأجنبية .

## « المصادر »

- (١) مجلة الاذاعات العربية ، المجلد السادس ، العدد (٦٩) .
- (٢) د . الحلواني ، ماجي ، « الأذاعات العربية » ، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي ، الكويت ، ١٩٨٢ .
- (٣) مجلة الأذاعة والتلفزيون (المراقية) ، العدد (٢٢٠) السنة الثامنة ٢٩ آذار / ١٩٧٧ .
- (٤) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون ، تقرير عن تأريخ الدورات الأذاعية في العراق .
- (٥) مندوب ، مظفر ، «التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي » ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٣ .
- (٦) نفس المصدر السابق .
- (٧) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون المراقية ، تقرير عن الخطط الأذاعية في العراق .
- (٨) مندوب ، مظفر ، « التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي » ، م . ذ . س .
- (٩) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون المراقية ، قسم التنسيق في إذاعة بغداد ، (وكنلك بقية الملاحق عن الدورات الأذاعية الخاصة بأذاعة بغداد) .
- (١٠) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون المراقية ، قسم التنسيق في تلفزيون بغداد ، (وكنلك بقية الملاحق عن الدورات التلفزيونية الخاصة بتلفزيون بغداد ، القناتين الأولى والثانية) .
- (١١) د . رشقي ، جيهان أحمد « النظم الأذاعية في المجتمعات الاشتراكية » ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٩ .
- (١٢) نفس المصدر السابق .
- (١٣) د . الحلواني ، ماجي « الأذاعات العربية » ، الطبعة الأولى دار الفكر العربي الكويت ، ١٩٨٢ .
- (١٤) نفس المصدر السابق .





بحوث المستمعين والمساهدين وطرق  
قياس الرأي العام

---



## ((بحوث المستمعين والمشاهدين وطرق قياس الرأي العام))

اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في تطور البرامج الاذاعية والتلفزيونية : -

لم تقتصر اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين على تطوير البرامج الاذاعية فحسب وانما تعدت ذلك الى العمل على مواجهة المشكلات التي يماضي منها الواقع الاذاعي والتلفزيوني على مستوى المصدر والمستقبل . لذا فان اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين تساعدنا على ادراك وفهم طبيعة هذا الواقع بشموليته اي ابتداء من صانع القرار ومنفذه وقائد الرأي وانتهاء بالجمهور بجميع فئاتها المختلفة .

إن رسم الخطة الجيدة وإيجاد المضمون الجيد النسجم مع الخطة يتطلب الرجوع دائماً لنتائج البحوث الميدانية فهذه النتائج هي وحدها التي تكشف لنا الحقائق وتقدم لنا معطيات صحيحة وحقيقة عن الافتراضات والاستنتاجات المهمة وتفيدنا في اختصار الوقت والجهد والتكاليف وتباعدنا عن الوقوع في الأخطاء المعروفة لاجلناح مشاريع وخطط التنمية القومية .

وعلى الرغم من اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين فلا بد لنا من ان نمتدح بأن الكثير من الاعلاميين الممارسين للعمل الاعلامي لا يهتمون كثيراً ببحوث الاعلام بالشكل المطلوب وذلك لاسباب عديدة لاجمال لذكرها هنا . الا أن نجاح الهيئات الاذاعية والتلفزيونية في اداء رسالتها على الوجه الاكمل لا يتحقق الا من خلال اعتمادها على البحوث ومعطياتها العلمية كأدوات ووسائل لوضع الخطة وتقييم البرامج وتحقيق التواصل مع جماهير المستمعين . والمشاهدين فمن طريق البحوث يستطيع المخطط التعرف على سمات وخصائص هذه الجماهير والوقوف على خلفياتها وثقافتها فضلاً عن الكشف عن ماهية رغباتها واحتياجاتها ، وعن هذا الطريق أيضاً نستطيع تحليل مضامين الرسائل المقدمة وقياس الأثر الذي تتركه على فئات وشرائح الجمهور المتباعدة من حيث مستوياتها الثقافية والاجتماعية المختلفة .

ومن حيث توزيعاتها المهنية والعمرية والنوعية اضافة الى ذلك يمكن عن طريق البحث العلمي تقليل العديد من العفيات والمصاعب التي تحد من الدور الديناميكي الاذاعي<sup>(١)</sup>.

### بحوث المستمعين والمشاهدين الدور والاهمية :-

ثمة عوامل ثلاثة تدعو الى تعاظم اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في مجتمعاتنا العربية على وجه الخصوص تلك هي :-

١ - تزايد اجهزة الاستقبال بصورة ملفتة للنظر والاقبال الشديد على اقتنائها كمطلب حياتي للأسرة . وبالنسبة لاجهزة الراديو فإن الطفرة التي تشهدها الاسواق في عرض اجهزة « الترانزستور » الرخيصة الثمن اليسيرة الصيانة اسهمت اسهاماً ملحوظاً في هذا التزايد ، وفي المسوح الميدانية فأن « الراديو » يتسيد المتعلقات المتواضعة للآسر الشديدة الاملاق التي لا يكاد يتوفر لها قوت يومها .

٢ - الظروف المهيئة لانتشار الاستماع الى « الراديو » ومشاهدة « التلفزيون » في المجتمع العربي كما هو الحال في الدول النامية عامة حيث لاتصد عن متابعتها حواجز الامة ، وفنتنة ذلك العملاق الصغير - التلفزيون - الذي حرك في النفس النزعة البشرية الى الاندماج مع الآخرين ثم يقوم في مهارة فائقة باشباعها باجتماعية تخيلية كما يفعل المعلنون حينما يثيرون الرغبة في السلعة لترويجها ، وفي المجتمعات المحافظة هو اقرب الى النافذة - الوحيدة غالباً - التي تتسلل منها الانظار لرؤية صورة مبررة من الامتاع المفتقد محلياً .

٣ - اتساع وقت الفراغ الذي توفره التشريعات الاجتماعية بتحديد ساعات العمل مما ينشئ الرغبة في ملء الفراغ . ويمثل « الراديو والتلفزيون » اخص واقرب واشوق طرق ملء هذا الفراغ .

وقد ترتب على هذا التلاحق أن اصبح « الراديو والتلفزيون » أكثر وسائل التغيير الثقافي والاجتماعي انتشاراً وربما اعتمها تأثيراً في الجماهير مما التي بمسؤوليات كبيرة على عاتق هذين الجهازين .

ولكي يوفي المسؤولون عن هذين الجهازين بالتزاماتهم ازاء مجتمعاتهم ، ظهرت الحاجة الى جمع حقائق بالاسلوب العلمي عن جوانب اساسية وجد انه لاغنى للعمل الاذاعي الرشيد عنها .

فالبرجة الفعالة تتطلب الوقوف على طبيعة المجتمع المستهدف سواء من حيث عاداته ومعتقداته واهتماماته او الخصائص المشجعة او المحوقة لجهود التغيير كما تتطلب أيضاً تحديد احتياجاته الفعلية والمستوى الذي بلغه على طريق التغيير ومواقفه من القضايا المتصلة به حتى تتخذ من نتائج هذه الدراسات قاعدة للعمل ، وتصبح بمثابة المقاسات التي يحاك في ضوءها الرداء المناسب . وتتأكد اهمية هذه الدراسات في المجتمعات النامية التي تتغير فيها جماعات أكثر مما تتغير الاخرى ، وتظهر لهم في حاجات مختلفة في مراحل متباينة ، ويواجه المخطط جماعات تختلف في مدى الاستجابة ، وفي سرعة تقبل التغيير كما تختلف في مراكز الاهتمام ، ولا يستطيع ان يتحرك بهذه الجماعات الى امام بغير الاستناد الى معلومات وافية عنها تفصح تفصيلا عن واقعها .

ومن ناحية اخرى فإن الاسكانات المحدودة في اكثر الدول النامية تؤدي الى فروق ثنائية وكثيراً ما يترتب على ذلك ان تتسع الشفرة الثقافية بين المخطط ومستهلكي برامجه ، وما لم يبذل جهوداً مستمرة للتعرف على مستمعيه ومشاهديه بالوسائل المختلفة التي تتقدمها البحوث فإن برامجه تصبح غير مناسبة للمستفيدين الاكثر حاجة اليها .

كما ان الاثير ينقل الى المستمع ما يريد المخطط ان يقدمه له ، فان البحث ينقل الى هذا المخطط ما يجب ان يعرفه عن المستمع ، فالاثير والبحث هنا قناتان تملكان كل في اتجاه ووجودهما معاً ضرورة للوصول بين الطرفين وصلاً لاغنى عنه ولا بديل . والمجتمعات النامية ايضاً اولى بمواردها من ان تضيق هباء على جهود غير ناجحة واهدار اي قدر من اعتاداتها نتيجة فشل برامجها الاعلامية في مقابلة حاجات جماهيرها في الوقت المناسب بشكل خسارة مضاعفة ، ويصبح لما يكلفه البحث من الحد من احتمالات الفشل ، والمعاونة في تقديم مواد اكثر فاعلية ، يصبح لذلك عائد اقتصادي وسيكولوجي واعلامي على السواء .

واذا كانت بحوث المستمعين والمشاهدين ضرورة للبرجة الرشيدة كما اوضحنا فان هذه البحوث هي الوسيلة التي لا وسيلة غيرها لتقدير حجم الاستماع والمشاهدة اذ لا قيمة ما لم نجد على الطرف الاخر من عملية الاتصال من يستقبلون البرامج . ولان الاذاعة تتطلق الى ابعاد واسعة وتصبح اقرب الى المشاع بلا قيد الا قوة الارسال ، ووجود جهاز للاستقبال وتوفر الرغبة في التلقي ، فانه يستحيل والحالة هذه عد المستمعين كما هو الشأن بالنسبة لأكثر الوسائل الاخرى ، ومن ثم لا يصبح هناك سبيل الا تقدير عدد المستمعين والمشاهدين من خلال بحوث العينات . ولا تقدم لنا هذه البحوث مجرد تقديرات لاعداد المستمعين والمشاهدين من خلال بحوث العينات ، وان كان ذلك في حد ذاته مطلباً بالغ الاهمية وانما تزودنا ايضاً بأغاط

التعامل مع « الراديو والتلفزيون » وكيف تختلف باختلاف الخصائص على نحو ما سوف يتضح من عرض المناهج والادوات ومن شأن ذلك ان يوفر الحقائق التي يمكن ان تستثمر في توسيع قاعدة الاقبال على البرامج مما يزيد من نقاط فاعليتها . وتزيد اهمية هذه البحوث - بحوث قياس حجم الاستماع والمشاركة - مع ظهور كثرة من المحطات والوسائل المنافسة التي تسعى الى اجتذاب المستمع والمشارك بشقي اساليب الامتناع وفي مواجهة ذلك فان تعرف المخطط على مصير برنامجه يمكنه كما يقول Lazarsfeld من مواجهة الكابوس الذي يقلق الاذاعيين عادة والذي يتمثل في حرية المستمع في تحويل جهازه فوراً نحو المحطات المنافسة الاكثر ارضاء له . وتستمد بحوث المستمعين والمشاركين اهميتها ايضاً من انها الطريقة العلمية لاستطلاعات الرأي العام ، وهي انواع من البحوث تفتقر اليها في مجتمعاتنا الى حد كبير . ان نتائج قياسات الرأي العام هي الاساس العلمي لتفهم رغبات واتجاهات الجماهير والتعرف على اهتماماتها وامانيها والتنبؤ احياناً بمواقفها وسلوكها مما يمين على رسم سياسات تحقق التلاحم بينها وبين صانعي القرارات ، وتشعر الجماهير بانها تسهم بالرأي في توجيه شؤونها فتتبنى هذا التوجيه ، ولهذا اهمية بالغة في نجاح مشروعات التنمية .

وفي مجال الاستماع والمشاركة تكون هذه الاستطلاعات طريق الوصول الى مايريد المستمع والمشارك وهي الغاية التي تنتهي اليها كل الجهود ، وليس من شك في ان نجاح الخدمة الاذاعية - مسموعة ومرئية - انما يقاس بقدرتها على ارضاء المستمع والمشارك وتيقظها الى حاجاته المتغيرة ، ومقابلتها بالبرامج المناسبة . ومن ناحية اخرى فإن استطلاعات الرأي هي القنوات المشروعة للتعبير عما قد يتجمع في فكر رجل الشارع ، ومن ثم يتسنى للمخططين تحديد الجوانب التي يوجهون اليها خططهم لاحداث التأثير المطلوب دون الاعتقاد على العفوية وبمجرد التقدير ، ثم - ولعله هدف لا يقل اهمية - تدريب عامة الشعب على ممارسة ابداء الرأي الحر الذي يمثل احد ركائز الديمقراطية وهذا الهدف هو من اهم مسؤوليات وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة لتطوير المجتمعات المستهدفة .

ويبقى بعد ذلك شكل آخر من بحوث المستمعين والمشاركين وهو (بحوث الاثر) ويردد المراقبون ان « التلفزيون » هو اكثر وسائل الاتصال ثورية منذ اختراع (جو تنبرج) آلة الطباعة ، وان هذه الوسيلة اثبتت قدرة مذهلة على التأثير في حياة الناس حتى لقد قيل ان الاذاعة المرئية تأتي بعد القنبلة الهيدروجينية مباشرة كأخطر اختراعيين. ظهراً في القرن العشرين! وانها قد احدثت تأثيرات عميقة في ثقافة المجتمع وجماليته يتحول من ثقافة الشافة الى ثقافة الرؤية ، وان سر قدرته التأثيرية يكمن في سهولة ادراك الرسالة التي يحملها والانفعال بها ، كما

يمكن في انعدام عنصر الزمن بين الرسالة وتلقيها مما يجعل عملية التلقي الى ضرب من المشاركة الوجدانية ، كما ان الظروف النفسية والاجتماعية التي تحيط بعملية التلقي تهيئ الرسالة ذهنياً وعاطفياً .

واقوال كثيرة تتردد عن اثر التلفزيون في جوانب اخرى ، نختزى منها وصفه بالبائع الممتاز (super salesmar) لسبقه الاعلاني<sup>(٢)</sup> وبالفصل الدراسي «الالكتروني» لامكاناته التعليمية وجلس الطفل دورة التربي بل قيل انه يشكل حياة هذا الجيل الى حد انه وصف بجيل «التلفزيون» .

وتاتي هنا بحوث الاثر لتحقق في هذا الذي يقال وتحاول ان تتوصل الى نظرية متكاملة لهذه القدرة التأثيرية وكيف وإلى أي مدى يمكن ان يكون التلفزيون موجهاً الى الخير وتحت أي ظروف يمكن ان يؤدي الى الشر ولماذا ؟ ثم ما هي تأثيرات المدى الطويل خلافاً للنواتج السريعة التي تطفو فقط على السطح .

وعلى مستوى البرامج اليومية للاذاعة والتلفزيون ما هو المائد مقارناً بالانفاق والمجهود ؟ وسواء كان الهدف هو احداث تغيرات في منطقة المعلومات أو لتعديل الرأي أو الاتجاه أو غائراً في عمق السلوك فان المخطط يحتاج الى قياس الاثر الذي تحقق بالفعل كما يحتاج الى تبين نتائج المعالجات المختلفة والاساليب المتغيرة للتركيز على اكثرها جدوى واعمقها اثراً ، وهو في سعيه الى تحقيق هذه الاهداف لا يجد غير بحوث قياس الاثر منهجاً للعمل .

هذه لحة عن دور بحوث المستمعين . والمُشاهدين والاهميتها للعمل الاذاعي مسموعاً ومرئياً ، وتكثيف لفايتها والامال المعقودة عليها لتحقيق اهداف يتطلع اليها المجتمع العربي في سعيه الدائب لرسم صورة اكثر اشراقاً لفعده . وهي رؤى تجارب وخبرات يتبادلها المختصون بتخطيط دور وسائل الاتصال الجماهيري<sup>(٣)</sup>

## انواع بحوث المستمعين والمُشاهدين : -

هناك أربعة أنواع أساسية لبحوث المستمعين والمُشاهدين هي :

### (أ) بحوث البرعة : -

من الحقائق التي توصل اليها التجريب على المدى الطويل ان جمهور المستمعين والمُشاهدين غالباً ما ينشئ حاجزاً دفاعياً مجبب به وصول ما يكون له فائدة

كبيرة ، ولقد صادقت البحوث التي أجريت في بعض الحما الوطن العربي على الكشف الذي توصل اليه شيخ باحثي الاعلام بول ، ت - لازار سفلد منذ الاربعينات وتضمن ( ان الناس الاكثر استعلاء للتعليم الاذاعي هم الذين يقل احتياجهم لهذا التعليم ) . واذا أن التعليم في مجتمعاتنا العربية هو المسؤولية الاساسية للراديو والتلفزيون ، لانه اداة التغيير ، والتغيير في اسلوب الحياة والتغيير في السلوك ، وهما بالدرجة الاولى مطلبا التنمية . ومعنى ذلك ان الجماهير تعرض عن البرامج الاذاعية التي تحمل اليها دعوة النمو ، وتتحدى - شأنها في ذلك شأن اكثر الدول النامية - الرسالة الاذاعية - مسموعة ومرئية - في أخص واجباتها .

ولقد كانت هذه الحقيقة دافعا الى تبني إستراتيجية تعمل على ادخال الرسائل الهادفة الى التغيير في البرامج الاذاعية والتلفزيونية التي تجتذب المستمعين والمشاهدين وبذلك تحقق الرسالة التعليم والامتناع على السواء ، وهكذا تتدثر المادة التوجيهية او التعليمية برداء محبب الى المستمع او المشاهد لتحصل على جواز مرور الى عقله ووجدانه معا ، لكن أين هي البرامج التي تجتذب الناس جميعا والتي يمكن ان تطعم بالتوجيه والتعليم ؟

ان دور البحث هنا دور رئيسي في نجاح البرمجة ذلك لانه فقط من خلال دراسة القطاع المستهدف دراسة متعمقة يمكن تقديم برامج مقنعة ومؤثرة وجذابة له على السواء .

وبحوث البرمجة لاتؤتي ثمارها الا من خلال تعاون وثيق بين الباحث ومعد البرنامج ويبدأ هذا التعاون عملياً بالمشاركة في تحديد المجتمع المستهدف تحديداً واضحاً وفي بلورة هدف البرنامج بشقيه الهدف المتصل بغايات واهتمامات المجتمع المستهدف وهو العنصر الجاذب ، والهدف الضمني المراد تحقيقه من خلال الصورة الظاهرة للبرنامج .

وأسوة بالبحوث الاخرى تم الدراسة على عينة تمثل القطاع المستهدف تحسب باحدى الطرق العشوائية المعروفة من اطار يشمل وحدات هذا القطاع ولا يمثل توفر الاطار في أكثر الحالات وخاصة في المجتمعات المحددة مشكلة كما يحدث في البحوث الاذاعية الاخرى ، ذلك لان القطاعات الخاصة غالباً مايوجد لها حصر في الجهات المعنية بها ، وقد وجد بالتجربة أن عينة المجموعات cluster Samples هي الوسيلة الاسر لاختيار عينة الدراسة في هذا البحوث بالنسبة للقطاعات الكبيرة ذات التجمعات ونظراً لان هذه المجتمعات الفرعية تكون اقرب الى التجانس فإن حجم عينة الدراسة لا يكون كبيراً كما هو الحال في المجتمعات غير المتجانسة ويكون الخطأ المعياري لهذه العينة عادة في اصغر قيمة .



وصغر العينة نسبياً هنا يوفر الاتفاق والمجهود والوقف في اجراء البحث ، وهذه ميزة اخرى لبحوث برمجة القطاعات الفرعية الى جانب ما اشرنا اليه من توفر الاطار ، والتبع ان تكون اداة البحث هنا صحيفة تجمع بياناتها بأسلوب المقابلة الشخصية وهو الأسلوب الأكثر نجاحاً في المجتمعات العربية بحكم ظروفها وقد اثبتت التجارب افضلية أن يكون الباحث القائم بالمقابلة من ذات القطاع او في القليل ممن يرتبطون به بصلات بحيث يفهمون جيداً أساليب التعامل معه مما يرفع كثيراً معدل الاستجابة للبحث .

ولا تشمل الصحيفة فقط الأسئلة التقليدية عن عادات و«قط الاستماع والمشاهدة والخيارات والتفضيلات ، وإنما يجب أن تتضمن أيضاً مستوى معلومات البحوث عن الموضوع الضمني في البرنامج ورؤيته له واتجاهاته ازاءه ومواقفه فيما يتعلق أو يتصل به ، ومحاولة الاقتراب كذلك من الاطار القيمي ومن الواضح أن تشمل الصحيفة كذلك على أسئلة تفضح اجاباتها عن اهتماماته وافكاره وما يشغل ذهنه ومشاكله وامانيه .

ولعله واضح انه من الاجابات عن هذه الأسئلة وبصفة خاصة من تحليل ميول ومواقف المبحوثين تجاه الموضوعات المدنية ، وما يحصل عليه الباحث من مصادر اخرى عن خصائص واهتمامات ومشكلات القطاع المستهدف ، تتوفر لمد البرنامج الخيوط التي ينسج منها برنامجه ، ويقف على الحقائق التي تعينه على تجويد جهده الاذاعي ، فيقدم له مثلاً الجرعة المناسبة لمستوى معلوماته ويتفادى مغية ما يعرف « بتنافر المعرفة » ويحرص على ان يبقى على مشاركة المستمع والمُشاهد فيما يسمى بالحوار غير المنطوق ويتميز الأسلوب الانسب لعرض الرسالة سواء من الجانب الواحد او الجانبين وغير ذلك مما يعرفه الاعلاميون من مواصفات الرسالة الفاعلة .

ولا تقتصر بحوث برمجة على دراسة المجتمعات الفرعية فحسب ، فمثالياً يجب ان تسبق هذه البحوث اعداد البرامج والمشروعات الاذاعية التي تستهدف الجماهير عامة ، فالبرامج الصحيحة تحتاج الى معرفة للمشكلات الصحية القائمة والعادات التي يراد تعديلها وواعي مقاومة الأسلوب الصحي من العلاج والمداخل التي يمكن أن ينفذ منها البرنامج ليحظى بتلق مناسب ، والبرامج السكانية يجب ان يسبقها كذلك بحث لتحديد اتجاهات الرأي العام ازاء الاسرة الصغيرة وضبط الانجاب والشائعات التي تتردد على وسائل هذا الضبط ومصادرها والاسانيد التي يبرر بها نبذ الدعوة حتى تتضمن المعالجة الاعلامية تنفيذها ، والاذاعات المحلية يجب ان تخطط على اساس حقائق تجمع بالأسلوب العلمي عن اوزان جمهور المجتمع المحلي وعاداته وتركيبه الديموغرافي ومشكلاته واطاره الدلالي لبعض المفاهيم وغير ذلك مما يكفل تقديم برامج تتناسب مع ظروفه .

## (ب) قياس حجم الاستماع والمشاهدة : -

من اقدم بحوث المستمعين. والمُشاهدين بحوث قياس الاستماع والمشاهدة ، وتعتبر اذاعة بريطانيا من اعرق الاذاعات في تطبيق هذا النوع من بحوث المستمعين والمُشاهدين اذ بدأت بها منذ ٤ كانون الاول ١٩٣٩ وواصلت اجراءها يوميا ولم تتوقف خلال هذا التاريخ الطويل الا لمدى عشرة ايام لاتزيد عندما اشتدت حملة الالمان على بريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية ، ومنذ عام ١٩٥٢ شملت هذه البحوث - التي بدأت بالاذاعة المسموعة فقط - شملت أيضاً التلفزيون . وقد ادخلت هذه البحوث الى الوطن العربي في الثلث الاخير من الستينات مع بعض التطوير الذي واثم بين. اسلوبها التقليدي وامكانيات وظروف مجتمعا .

وتهدف هذه البحوث اساساً الى تقدير حجم الاستماع والمشاهدة وجمع حقائق تتصل فقط بهذا الهدف ، فهي لا تحاول ان تقف على اسباب اقبال او اعراض الناس عن البرامج ، ولا ما اذا كانت البرامج التي تابعوها قدراقتهم ام لم ترقهم ، ببارة اخرى ليست هذه البحوث لدراسة الدوافع او الاذواق دراسة مباشرة ولكنها بحوث لدراسة السلوك بالدرجة الاولى .

ورغم ذلك فانها من اهم البحوث الاذاعية ، ذلك لانها تحدد حجم استهلاك الخدمة الاذاعية أن جاز هذا التعبير او ماذا يحدث بالضبط على الطرف الاخر من خطة الاتصال والمؤكد ان استقبال البرنامج هو مقدمة اساسية للانفعال به ، وشرط لازم لحدوث الاثر .

وتقدم هذه البحوث على الاسس الاتية : -

- (١) التوجه مباشرة الى فرد البحث وسؤاله وجهاً لوجه
- (٢) تكون اذاعة كل يوم موضوع الدراسة في اليوم التالي مباشرة ، فالبرامج التي تذاع يوم السبت يقاس الاستماع اليها ومشاهدتها يوم الاحد . وحكمة ذلك الى جانب ديمومه الدراسة واتصالها ، انه يسهل على فرد البحث أن يتذكر ما استمع اليه او شاهده في امسه .
- (٣) مقارنة نتائج الدراسة كل يوم بالنتائج المناظرة في الايام الاخرى ومتابعة موجات التغير ومواطن الثبات رغم اختلاف من يسألون كل يوم ووضع ذلك كل تحت مراجعة دقيقة وموضوعية .
- (٤) يقوم بالبحث الميداني مقابلون مدربون خصيصاً على هذه العملية الدقيقة ، وينفذونها وفق قواعد محكمة تتضمن توجيهات للتعرف في مواجهة أي احتمال متوقع .

(٥) يستبعد الاطفال تحت سن معينة من اعداد مبحوثي هذه الدراسة ، ويجري عليه بحث منفرد .

### عينة الدراسة

تجري الدراسة عادة على عينة حصص طبقية Stratified Quota Samp. ومع انها عينة غير احتمالية ، الا انه وجد انها الانسب في هذا النوع من البحوث ، ذلك لان شرط اجراء الدراسة في اليوم التالي مباشرة لتقديم البرنامج قد لايتيسر افعاله على مبحوث يتحدد سلفا بالاسلوب العشوائي لاحتمالات التغيب او عدم الاستدلال او رفض التعاون أو غير ذلك . ويمالج جانب الضعف في هذا النوع من العينات غير الاحتمالية بالمرض الشديد على أن تكون العينة شاملة لنسب من فئات المجتمع تماثل نسب وجود هذه الفئات به ، وذلك في محاولة للاقترب من العينة الطبقية العشوائية وفي بعض المجتمعات تكون ضوابط التمثيل هي البيئة . الجغرافية ، والنوع (Sex) والعمر والطبقة الاجتماعية و العمل .

### اداة البحث : -

اداة البحث هنا تكون قائمة تتضمن كل البرامج والفترات التي قدمت في اليوم السابق مرتبة زمنيا خدمة بمخدمه ، ويقابل كل منها رقم رمزي يضع الباحث حوله دائرة اذا ذكر له المبحوث انه استمع اليه او شاهده في اليوم السابق على المقابلة . وفي آخر صحيفة البحث اسئلة عن : -

- (١) امتلاك فرد البحث لجهاز استقبال (راديو او تلفزيون) .
  - (٢) رأيه عموما في البرامج ككل - ولا يوجه هذا السؤال عن لايمتلك جهاز استقبال
  - (٣) اسم فرد البحث
  - (٤) نوعه (بالملاحظة)
  - (٥) عنوان السكن والحلي او القرية .
  - (٦) السن لاقرب سنة .
  - (٧) المستوى التعليمي .
  - (٨) العمل
- ويتوضح بالاستشارة المكان الذي تمت فيه المقابلة .

## التنفيذ الميداني : -

يكلف الباحث بأن يقابل عدداً محدداً من الحالات لهم مواصفات بذاتها بمعنى ان يحدد له كم منهم ان يكونوا ذكوراً وكم منهم اناثاً ، كم أميون وكم يقرأون و يقرأون ويكتبون ... كم تقل اعمارهم عن العشرين وكم يجب ان يكونوا من الثلاثينيات ... وهكذا . وتحدد هذه الاعداد طبقاً لنسبتهم في المجتمع وفي هذه الحدود يختار المقابل من يشاء من سكان المنطقة التي يبحثها في من توفرت فيها هذه المواصفات ، ويلتقي بالحالات في المنازل والطرق والاماكن العامة . وفي بساطة يقدم الباحث نفسه الى فرد والبحث ، ويذكر له بايجاز هدف المقابلة ، ويرجوه لو ذكر له مايكون قد استمع اليه او شاهده من البرامج التي اذيعت او قدمت بالامس على وجه التحديد ، وقد يرى الباحث ان يطلعه على الصحة المتضمنة لتلك البرامج ليساعده على التذكر ، وفي حالات اخرى قد يصل الى افضل النتائج باستعراض البرامج استعراضاً يطبق فيه مبدأ (ترابط او اقتران الافكار) كان يسأل فرد البحث عما استمع اليه في الصباح وعندما عاد من عمله ، ومايكون قد شاهده او استمع اليه في السهرة وهكذا .

ويلزم هنا . تحديد مفهوم المشاهدة او الاستماع او بعبارة اخرى متى يعتبر فرد البحث مستمعاً او مشاهداً لبرنامج ما ؟ فعلى سبيل المثال لاعتبر البحوث مستمعاً او مشاهداً اذا كان قد استمع الى او شاهد اقل من نصف البرامج . كذلك لاعتد باستماع الحفلية اذا لم يتذكر البحوث موضوع الفقرة وتطبيق نفس القاعدة على المشاهد . ولايستطيع الباحث رأي البحوث في البرنامج الذي تابعه وان كان يطلب منه ان يعبر عن رأيه حول البرامج بصفة عامة .

## تحليل النتائج : -

تجهز بيانات هذه البحوث تجهيزاً يالياً اذا توافرت امكانيات ذلك توخياً للدقة وتحقيقاً للسرعة . ومن اهم النتائج التي يمكن التوصل اليها من هذا البحث :

- ( ١ ) - نسبة السمعين او المشاهدين الذين استمعوا الى الاذاعة او شاهدوا التلفزيون في اليوم السابق على اجراء البحث وتقدير هذه النسبة في المجتمع الاكبر الذي سميت منه عينه البحث .
- ( ٢ ) - ترتيب البرامج بحسب نسب من استمعوا اليها أوأشاهدوها .
- ( ٣ ) - الخصائص الديموغرافية للسمعين . والمشاهدين .

- (٤) - الاوقات التي يزيد فيها عدد المستمعين والمشاهدين وتلك التي يقل فيها عددهم .
- (٥) - المتوسط الحسابي لطول زمن الاستماع او المشاهدة في اليوم للفرد الواحد وكيف يتغير بتغير الخصائص الفردية .
- (٦) - احجام الاستماع او المشاهدة في ايام الاسبوع المختلفة واتجاهات التغير فيها على المدى الطويل .
- (٧) - مدى رضا مجتمع البحث عن برامج الاذاعة والتلفزيون ككل محسوباً بتقدير كمي غير وصفي .
- (٨) - العوامل المؤثرة في الاستماع والمشاهدة ايجاباً او سلب ايجاباً او سلباً .
- وغير ذلك من الحقائق الهامة التي يفيد منها المخطط والتابع والقائم بالتقييم على السواء .

#### (جـ) بحوث قياس رد الفعل : -

راينا ان جاذبية البرنامج اتما هي محصلة عوامل وظروف وعوارض لايشكل الاستماع اليه او مشاهدته الا احداها وهو ليس دائماً اهمها . لذلك فنحن نحتاج الى ان نعرف بالاضافة الى عدد مستمعي البرنامج او مشاهديه كيف استقبلوا - ايا كان حجمهم - هذا البرنامج ؟ هل استمتعوا فعلاً بما استمعوا اليه او شاهده ، واذا كانوا كذلك فالى اي مدى ؟ واذا لم يكونوا فلماذا ؟ وماهي تصوراتهم لتحسين مايقدم لهم ؟ وبذلك يمكن قياس الكيف - كما يراه المستمع او المشاهد - الى جانب قياس الكم وقد ظهر اسلوب للتواصل الى ذلك يستند الى نتائج سؤال عينة من المستمعين والمشاهدين بعد استماعهم ومشاهدتهم فعلاً للبرامج التي يطلب اليهم مبداء الرأي فيها ويتميز هذا الاسلوب اساساً بعنصر الاستمرار لفترة مناسبة .

ويبدأ النهج بدعوة المستمعين والمشاهدين الى الاشتراك في جماعة تتعاون مع هيئة البحث لفترة من الوقت بابداء ارائها دورياً فيما تستمع اليه او تشاهده وذلك على صحائف ترسل اليها اسبوعياً ، وقد يختار هؤلاء من بين من سبق سؤالهم في بحوث قياس الاستماع والمشاهدة ، لكن تفضل الطريقة الاولى لانها تجتذب اعداداً اكبر مما يسمح باختيار اعضاء الجماعة على نحو يمثل مستمعي ومشاهدي كل خدمة وقناة وتستمر هذه الجماعة لمدة مناسبة تصل الى خمسة عشر شهراً في المتوسط .

وعلى اثر تشكيل هذه الجماعة (pand) ترسل الى اعضائها كل اسبوع مجموعة من صحائف الاستقصاء عن مجموعة متنوعة من البرامج ، وبما ان الهدف هو

استطلاع آراء عينة من المستمعين. بالفعل ، فانه يصبح من الأهمية القصوى الا يجيب الاعضاء من الاسئلة المتعلقة بالبرامج التي كان من المحتمل ان يستمعوا اليها او يشاهدوها حتى ولو لم يكونوا اعضاء في هذه الجماعة . وعلى ذلك فانه يطلب من العضو ان يستمر في استماعه او مشاهدته كالعتاد دون ان تفرض عليه العضوية واجب الاستماع او المشاهدة ، وعندما يستمع او يشاهد برنامجاً في ظل الرغبة الحرة عندئذ فقط - يجيب على اسئلته .

اما عن اداة البحث - وهي صحيفة الاستقصاء - فانها تختلف باختلاف البرامج المراد استطلاع الراي عنه ، وصحيفة الحديث تتضمن عادة سؤال العضو اسئلة تمكنه من التعبير عن ردود فعله بالنسبة لموضوع الحديث وطريقة المتحدث والراي فيه كمتحدث ، وصحيفة التمثيلية تتضمن اسئلة عن القصة والأخراج والتمثيل وما اذا كان العمل المقدم قد راقه واثار اهتمامه ، ويسأل المستمع او المشاهد عادة عن القدر الذي تابعه من البرنامج موضوع القياس (كله - أكثر من نصفه - نصفه - اقل من ذلك) كما يترك بعد اكثر الاسئلة فراغات ليدون فيها العضو مايشاء من التعليقات التي يرى اضافتها . وتنتهي صحيفة الاستقصاء بما يسمى بملخص رد الفعل حيث يطلب الى العضو ان يجمع ردود فعله عن البرنامج ككل بان يقدر درجة البرنامج من بين بدائل لذلك الى العضو ان يعيد الصحيفة في موعد يحدد له بالضبط . وتتم اداة البحث بالبساطة بقدر المستطاع وفيما يلي نموذج لاحدى هذه الصحائف : -

..... الموضوع :

..... المتحدث : حديث قدم من

التاريخ : يوم ..... الموافق / / ١٩٨

..... الوقت : الساعة

١ - نرجو استخدام الفراغ التالي في اغادتنا عن رايك في هذه الاذاعة مع ذكر اسباب هذا الرأي .

.....  
.....  
.....  
.....

٢ - القدر الذي استمعت اليه من هذه الاذاعة : -

كله ٢ / ١ + ٢ / ١ - ١ / ٢ -

٣ - ملخص رد الفعل : ( أ + ) ( أ ) ( ب ) ( ج ) ( ج - )

الرجاء اعادة هذه الصحيفة يوم ..... الموافق / - ١٩٨

رقم : / - / - / -

الاسم ..... العمل .....

## كيف يوزن الرأي : -

يلخص العضو رد فعله العام ازاء البرنامج ويحدده بنفسه باختيار رمز من تدرج ذي خمس درجات كما اشرنا ( أ + أ ب ج ج - ) ويشرح للعضو ضمن دليل يسلّم اليه - مرادف كل دركة . فمثلاً ( أ + ) تعني ان العضو استمع بالبرنامج الى درجة تفوق الحد ، وفي الطرف الآخر تعني ( ج - ) منتهى الرداءة . اما ( ب ) فتعني الاستماع العادي . ويتمييز بسيط تحول الرموز الى تفسيرات وقيمة كالآتي .

أ +	وتمطى ٤ درجات
أ	وتمطى ٣ درجات
ب	وتمطى ٢ درجتان
ج -	وتمطى ١ درجة واحدة
ج -	وتمطى صفر

ومسب تقدير الرأي في البرنامج من جميع ما اعطاه له الأعضاء من الدرجات واستخراج النسبة المئوية لهذا المجموع لما يمكن ان يكون قد حصل عليه من درجات فيا لو قدر جميع الاعضاء المجهين انه يستحق ( أ + ) ويقترب التقدير الرقمي للعمل الأذاعي عادة بعرض وصفي للاتجاهات .

وخلاصة القول انه في قياسات الرأي ويمثل ارتفاع تقدير الرأي العام للبرنامج حكماً موضوعياً مجوده بالمقاييس الفنية ولايمكس تقياً للمستوى الفني للعمل المذاع او لمن اسهموا فيه ، وانما يسجل فقط - كما ذكرنا - نجاح البرنامج في الاقتراب من مستمعيه او مشاهديه ، هذه هي الحقيقة ، ولاتبخس هذه الحقيقة من قدر قياس الرأي العام في شيء ، فالستمع او المشاهد وانما هي في الغاية والقصد من كل جهد يبذل .

ولان هذا الاسلوب من قياس الرأي العام يعتمد اساساً على استبيان البريد - Questionnairemail فانه لايمثل الاسلوب المفيد في المجتمعات التي ترتفع فيها معدلات الامية وان كان هناك رأي يفيد بانه حتى في هذه المجتمعات توجد دائماً فئات متعلمة تستطيع ان تكتب بردود افعالها وان غير هؤلاء لايتسطعون بتقديم شيء مفيد وهناك ايضاً اسلوب المقابلات الجماعية (Group Meetings) ويتضمن دعوته عينة تمثل المجتمع لجمع معلومات منها من برامج قدمت فعلاً أو قبل تقديمها (لاجراء اختبار مسبق عليها) . وقد يصل عدد هؤلاء الى (١٠٠) مئة مدعو يجتمعون لنحو ساعتين ، وبعد الترحيب بهم وشرح الغرض من الدعوة واهميتها توزع عليهم استبيانات المليء بياناتها ويعقب ذلك مناقشة عامة بين



الحاضرين في جو ودي حيث يشجع الاعضاء على توجيه اية اسئلة قد تخطر لهم . ومن مزايا هذه الطريقة ايضاً ملاحظة انطباعات بعض البرامج على المدعويين ملاحظة مباشرة . لكن يعاب على هذا الاسلوب انه طالما ان الحضور اختياري فان الحاضرين بالفعل قد لا يمثلون المجتمع المستهدف ، علماً انه يمكن مواجهة هذا القصور باجراء بعض التصحيحات الاحصائية .

#### ( د ) - بحوث الأثر :

لاخلاف على ان الغاية المنشودة من كل الجهود الاذاعية هي الاحداث الاثر الهدف المستهدف فيها ، ومثاليا يجب ان يتمدد لكل جهود هدف ، وان يكون هذا الهدف قابلاً للقياس (Measurable objective) وبغير ذلك يستحيل اجراء بحوث الاثر ، وبالتالي لا يمكن في مجال بحوث المستمعين والشاهدين ان نحدد علمياً الى اي مدى حقق البرنامج اهدافه ، واذا ادركنا ان نتائج بحوث الاثر هي بمثابة المؤشر الحساس الذي يسجل بأسلوب موضوعي صورة واقعية لقيمة الجهود الاذاعية خارج الاستوديوهات ، وان طبيعته (احادية الاتجاه) التي تتسم بها وسائل الاعلام الجماهيرية لانتيج بديلاً عن البحث في تقصي فاعليه الرسالة الاعلامية ، وان التقدم التكنولوجي قد عوم الحدود بين الشعوب بحيث اصبح المشاهد والمستمع العربي في دائرة الرمي من اذاعات وافدة تصوب اليه بغيرها وشرها على السواء وتحدث اثرها الدمر احياناً بقصد وبغير قصد فالعصيان والتمرد ونزعات العنف والاثارة والفساد صور يعايشها المستمع والشاهدين دوماً وجنب الى جنب مع رؤى شيقة جبهة تخلق المناخ الزمني للاستغرات والتقبل ، اذا ادركنا ذلك لوضح بجلاء ان بحوث قياس الاثر هي واحدة من اهم بحوث المستمعين والشاهدين ان لم تكن اهمها قاطعة ليس لتحديد الاثر فحسب ولكن لانها ضرورة هنا لفهم عملية التأثير والكشف عن العوامل المختلفة - ذاتية وبيئية - التي تتدخل في هذه العملية وادراك علاقاتها بما يسير التواصل الى الخطوة التالية وهي التنبؤ المتبني على هذا الفهم اي القدرة على ان تستنتج من العلاقات الوظيفية التي تكتشفها نتائج اخرى يمكن ان تنسق معها ، وبذلك نستفيد من نتائج البحوث في مجال اوسع بالتعميم ، وهذا بدوره يقودنا الى خطوة اخرى هي امكانية التحكم بالسيطرة على هذا الوسائل على نحو يوجهها لخدمة اهداف بناءة .

ومع هذه الاهمية فان بحوث الاثر التي تترسم المنهج التجريبي - وهو اذق الطرق لتحديد الاثر - هذه البحوث هي اندر البحوث جيماً . والملاحظ ان المنهج الوصفي - لسهولة تطبيقه - هو الطريقة التي يلجأ اليها كثير من الباحثين

حينما يفكرون في الحصول على معلومات عن انطباعات البرامج ، ويكون سؤال المستمع او المشاهد نفسه عما احدثه البرنامج من تغيير في معلوماته او اتجاهاته او سلوكه هو السؤال الحاكم في مثل تلك المحاولات ، ويسأل المبحوث احياناً في عجالة لاتوفر تفاعلاً بين طرفي المقابلة ويلتقط الباحث اجابات المبحوث يضيفها الى اجابات اخري يكون قد توصل اليها بنفس الاسلوب وينتهي الامر الى نتائج كثيراً ما تكون هي وحدها الضوء الناح للقائمين بالتقييم وتوف الاثر .

ولعل السبب في الاعراض عن المنهج الصحيح لتحديد اثر الرسالة الاعلامية في المجتمع المستهدف ، ان هذا المنهج يتطلب اساساً : -

( ١ ) - التحقق من ان الاثر موضوع لم يكن موجوداً قبل اعمال المؤثر - اي قبل التعرض للرسالة - وانه حدث اثناء وبعد هذا التعرض .

ولايتأتى للباحث الاعلامي ان يتوصل الى الدليل المثبت للشق الاول من هذا المطلب الا باجراء دراسة قبلية على هذا المجتمع اي قبل بث البرنامج وهو هنا التغير التجريبي .

وواضح ان هذا البحث القبلي هو جهد قائم بذاته له خطته وادواته وانفاقاته ، كما ان لهذا القياس القبلي مشكلات ايضاً ، فاذا كان ميسوراً اجزاؤه في منطقة المعلومات فان ثمة صعوبات يواجهها الباحث حينما يتصدى للتعرف على اتجاهات المستمع او المشاهد قبل تعريضه للمؤثر ، اذ كثيراً ما يصطنع الاتجاهات المرغوبة اجتناعاً الامر الذي يطمس اي ناتج ايجابي يكون التعرض قد احدثه في المتلقي . ومن ناحية اخرى فان قياس الاتجاه بعد اعمال المؤثر يشوبه اثر القياس القبلي وتفاعل القياس مع البرنامج المقدم مما ينعكس على الاثار الفعلية المقيسة - وفي مجال السلوك يواجه الباحث مشكلة من نوع اخر تلك هي انه في كثير من الحالات تكون الملاحظة هي الطريقة الاصدق ، وللملاحظة صعوباتها في تطبيقات بحوث الاعلام على الخصوص .

( ٢ ) - والمطلب الثاني هو استبعاد عوامل اخرى انها قد تحدث الاثر موضوع القياس . لكن دون ذلك صعب ، فتداخل العوامل - المنظورة وغير المنظورة - وصعوبة التحكم فيها الى حد الاستحالة احياناً ، يجعل مطلب هذا الاستبعاد عزيز النال - وفي محاولة للالتفاف حول هذه المشكلة ، يتجه الباحث الى اسلوب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة ويبدل قصارى جهده لكي يتحقق التماثل بينهما ثم يقيس الفارق بين المجموعة التجريبية التي تتعرض للرسالة والمجموعة الضابطة التي لاتتعرض لها ، بيد ان محاولة تحقيق التماثل التام عند اختيار

المجموعتين التجريبية والضابطة امر عسير يدرك الباحثون تعقيداته ، كما ان افتراض عدم تدخل مؤثرات اخرى غير الرسالة الاعلامية خلال اجراء البحث التجريبي افتراض غير واقعي وينطوي على كثير من التجاوز .

ولقد امكن احراز بعض التقدم من خلال تصميمات تحاول باساليب مختلفة السيطرة على العوامل المتداخلة مع الرسالة الاذاعية فاستخدمت تصميمات القياس القبلي على المجموعة التجريبية ، كما استخدمت تصميمات اخرى تتضمن اكثر من مجموعة ضابطة واحدة في محاولة لتحديد اثار مؤثرات اخرى غير المتغير المستقبل كالفاعل وتأثير عامل عارض . ومع ذلك فلم تتوصل هذه الجهود بعد الى تنقية القياس كلية من شوائب تدخل العوامل الاخرى كما ان اكثر هذه الدراسات التجريبية لاتزال تركز على قياس اثر متغير واحد لايزيد متخلفه من ذلك عن تجارب العلوم الطبيعية التي تستخدم عدداً من المتغيرات المستقلة بمناهج اكثر تقدماً كالتصميم العامل الذي يقيس اثار عدد من المتغيرات المستقلة والتفاعلات بينها . كذلك فان قياس الاثر المباشر وفي المدى القصير هو السمة الغالبة على بحوث قياس الاثر في المجال الاذاعي .

( ٣ ) - ومن الصعوبات كذلك مشكلة اخضاع المشاهد او المستمع للتجريب وبسبب هذه الصعوبة تجري اكثر البحوث التجريبية على عينات لاتمثل فعلاً المجتمعات المستهدفة وغالباً ماتكون من المتطوعين او من فئات الطلبة ومن الطبيعي ان مايصدق على هذه الفئات لايمكن تعميمه على المجتمع ، وفي البحوث القبلية البعدية يتعذر الاحتفاظ بالمجموعة المقيسة قبل المؤثر لاعادة قياس التغير التابع بعدها ، وقد يستعاض عن ذلك بمجموعة مماثلة لكن مثل هذا التائل غالباً ما يكون افتراضاً غير دقيق .

طرق قياس الرأي العام<sup>(١)</sup> :

## Methods of Gauging public Opinion

Questionnaire Method.

( ١ ) طريقة الاستفتاء

Survey Method

( ٢ ) طريقة المسح

Content analysis Method

( ٣ ) طريقة تحليل المضمون .

إن الرأي العام عبارة عن اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة او حادث معين. وعلى الرغم من أن الرأي العام اتجاه الا أن طرق قياسه تختلف عن طرق قياس الاتجاهات اذ بينما تهدف مقاييس الاتجاهات العقلية الى تحديد درجة لمعتقدات كل فرد على حدة ، يهدف قياس الرأي العام الى الحصول على النمط الشائع لهذه المعتقدات في المحيط الذي يجري فيه هذا القياس .

كذلك تختلف مقاييس الاتجاهات عن استفتاءات الرأي العام ، بأن الاولى تحتوي عادة على عدد كبير من الوحدات المتدرجة ، في حين تحتوي الثانية على عدد اقل كثيراً وقد تصل الى سؤال واحد او جملة واحدة ، وغالباً ما يهدف تعدد الاسئلة فيها الى حصر النواحي المختلفة والميادين المتعددة في موضوع المقاييس . وعلى ذلك تميل بحوث الرأي العام دائماً الى التبسيط من حيث الاجراءات وحساب النتائج . ففي حساب النتائج تستخدم عادة النسب المئوية ، فنقول مثلاً نتيجة اجابة السؤال : ((هل توافق على تقييد الدخول الى الجامعة )) .

هي كما يأتي :

موافقون	235
معارضون	260
محايدون	28
المجموع	2100

ولعل هذا التبسيط في ترجمة الحقائق النظرية (الاتجاهات الى ارقام لها دلالات احصائية يعتبر المرحلة العملية في استخدام المنهج الاحصائي في قياس اتجاهات الرأي العام بنوعيه : الداخلي والعالمي .

وان المادة التي يجري عليها القياس في بحوث الرأي العام هي : المس والشائعات والنكت والتعليقات والمقالات الصحفية والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والافلام السينمائية والكتب والنشرات ... الخ ، وهي تعد من العوامل التي تعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام الكامن والظاهر أي الموجود بالفعل ، الامر الذي يترتب عليه تعدد طرق قياس اتجاهات الرأي العام .

( ١ )  
«طريقة الاستفتاءات»  
«Questionnaire Method»

الاستفتاء نوع من الاختبارات يستخدم في معرفة اتجاه الرأي العام حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وهو عبارة عن مجموعة من الاسئلة مرتبة تبعاً لخطوة معينة في ذهن الباحث تكشف عن عدد معين من الاتجاهات نحو مسألة معينة او حادث معين .

ويسلم الاستفتاء الى المستجوب Interviewee او يرسل اليه بالبريد او ينشر على صفحات الجرائد او على شاشة التلفزيون او عن طريق الاذاعة .. فيقوم بتسجيل اجابات عن الاسئلة ، ثم يعيده الى الجهة المشرقة على الاستفتاء . ويلاحظ انه كلما كان الاستفتاء دقيقاً توافرت له اسباب النجاح ودقة النتائج . لذلك كان على الباحث ان يقوم بتحديد المسألة او المشكلة موضوع الاستفتاء تحديداً وقتياً ، ثم يقوم باعداد استارة استطلاع الرأي العام واسئلتها اعداداً جيداً ، لكي تكون الاجابة عليها مؤدية الى البيانات المطلوبة ، ثم تصمم «عينة» ممثلة للمجتمع الاصلي تمثيلاً صحيحاً ، ثم دراسة مرحلة التنفيذ التي تشمل استفتاء البيانات من ميدان البحث ، ومراجعتها واختبار التأسك الداخلي للاستفتاء على شرح طريقة بتويب البيانات لتتضح طبيعتها ثم تفسير النتائج .  
وفيا يلي المراحل التي يمر بها الاستفتاء .

( أ ) الخطة العامة      General plan

لا يمكن لاي باحث ناجح أن يقوم بدراسة مشكلة ما ، دون ان يرسم خطتها العامة ، تلك الخطة التي يعيد تنفيذها على مراحل ، وهذه المراحل لاتكاد تختلف في شيء عن المراحل التي يتبناها الشخص العادي في تفكيره عندما تصادفه مشكلة من مشاكل الحياة اليومية ، فمثلا محاولة حل أية مشكلة او إيجاد تفسير لها يستلزم اساساً الاحساس بوجود هذه المشكلة ، فهو شرط اساسي لقيام أي بحث علمي ، مع تحديد الهدف من دراسة هذه المشكلة ، ثم التحقق من امكان التنفيذ العلمي ، وأخيراً تحديد الهدف من دراسة هذه المشكلة ، ثم التحقق من امكان التنفيذ العملي وأخيراً تحديد وسيلة جمع بيانات هذه المشكلة .

## Designing Questionnaire (ب) تصميم استارة الاستفتاء

يعتبر تصميم استارة الاستفتاء من اهم الامور في بحوث الرأي العام ، اذ أن صياغة اسئلة الاستارة بحيث تستغرق وحداتها اهم معالم موضوع الاستفتاء ، يترتب عليها دقة النتائج المستخلصة . ومن الطبيعي أن تختلف صور هذه الاسئلة باختلاف المعاني التي تدور حولها . وتحتاج صياغة كل سؤال ليحمل المعنى المقصود منه الى خبرة وتدريب ، فكثيراً ما يقصد الباحث أن يضع السؤال في صيغة مقننة بحيث يستطيع ان يستشف من الاجابة العادية اجابة لسؤال آخر يخفيه وراء السؤال الظاهر ، وعلى ذلك فإن اعداد استارة الاستفتاء يجب ان تمر بالخطوات التالية : -

### اولا : الدراسة الكشفية : Pilot Study -

ينصح بعض الباحثين أن يتجه تكوين الاستارة من الداخل الى الخارج ، فيبدأ الباحث بمجرته الخاصة ، ومن نتيجة اطلاعه على المصادر المختلفة المتعلقة بالمشكلة في تحديد الميادين التي تشملها هذه المشكلة ، ثم باستشارة الزملاء والاصدقاء في نواحي المشكلة ، وبذلك يتسنى له وضع قائمة للنواحي التي تمسها الاستارة ، يتلو ذلك استشارة المختصين والخبراء في ميدان المشكلة والميادين المرتبطة بها . ويفضل الكثيرون أيضاً أن يبدأ الباحث بعد قليل من الاسئلة المفتوحة Openend Questions يكتشف عن طريق اجاباتها الميادين التي يمسها البحث . وقد يحتاج الباحث لاكثر من دراسة كشفية يهدف كل منها الى ايضاح ناحية من نواحي الدراسة او تعديل وحدات الاستارة تعديلاً يضمن زيادة تحديد الالفاض والاساليب المستخدمة .

### ثانيا : الجداول التخيلية : Ghost Tables

يرى البعض أن الدراسة الكشفية لتحديد اطار البحث ، قد لا تكفي وحدها لكي يتهدي بها الباحث في تصميم استارة بحثه وصياغة الاسئلة اللازمة ، وانه مبالغة في زيادة الدقة في صياغة هذه الاسئلة يجب أن يعمل الباحث على أن يتخيل صورة النتائج الفعلية التي يطمح في الوصول اليها ، ويستوحي هذه النتائج من صياغة اسئلته ... ، بمعنى أن يستنبط صيغة السؤال من نوع البيان الذي يتم بالحصول عليه . فاذا كان غرض الباحث يتحقق بالحصول في النهاية على عدد معين من الجداول وكان كل واحد من هذه الجداول يحتاج الى توجيه عدد معين

من الاسئلة ، كانت الاستارة النهائية عبارة عن مجموع هذه الاسئلة بعد استبعاد ما يكون قد تكرر منها عفواً .

وتتجلى فائدة مثل هذه الجداول التخيلية لا في تحديد صيغة السؤال فحسب ، بل أيضاً في جعل احتمالات الاجابة في اضيئ الحدود . هذا الى جانب انها تيسر عمليات التبويب فيها بعد ، اذ لاضرورة لحشد الاستارة باسئلة يصعب تبويبها ، وهذا يساعد بلاشك على تركيز البحث وضغط تكاليفه .

### ثالثاً : - تصميم الاستارة النهائية :

بعد الاستعانة بالجداول التخيلية في تحديد نقاط البحث التي يلزم بها السؤال عنها في الاستارة ودقة تحديد احتمالات الاجابة ، ينتقل الباحث الى تصميم الاستارة تصميماً يجذب افراد العينة الى الاحتمام بالاجابة عليها ، مراعيًا القواعد الاساسية التي يجدر اتباعها في تصميم الاستارات والتي تلخص فيما يلي : -

(١) البساطة وعدم التورية «Simplicity & unambiguity» وذلك حتى لا يكون هناك مجال لاساءة فهم السؤال ، وحتى لا تكون الاجابة عليه غامضة لا يمكن الاستفادة منها ، ومن ثم تصبح مضية للوقت والجهد والمال .

(٢) - ايضاح الاحتمالات الممكنة للاجابة وحصرها مع سردها بطريقة منطقية (مؤيد - معارض - محايد) ، ليسهل ترتيب الاجابات وجدولتها .

(٣) - الاعتماد عن الاسئلة الائمة «Leading Questions» وهي التي تحمل في ثناياها الاجابة عليها .

(٤) - تحاشي الاسئلة التي تشتمل على وقائع شخصية او محرجة دون ان تكون هناك فرصة للمناقشة بين الباحث والمتحدث ، لشرح الهدف من هذه الاسئلة بنوع خاص واقتناعه بالاجابة عنها اجابة صريحة .

(٥) - اضافة اسئلة للمراجعة «Checking Questions» بقصد ضمان صحة الاجابة على اسئلة اخرى .

(٦) - أن تدرج الاسئلة بحيث يساعد تدرجها هذا على اثاره اهتمام الباحثين وبحيث تنتقل من الاسئلة التي تسهل الاجابة عليها الى الاسئلة الأكثر تعقيداً ، كما يراعى ان تكون الاسئلة التي تتضمنها استارات استطلاع الرأي العام قليلة العدد بقدر الامكان .

(٧) - ان يقوم الباحث بعد ذلك بوضع التعليقات الخاصة بملء استارة الاستفتاء التي تعتبر بمثابة دليل أمام الباحث حتى يسترشد بها في اثناء جمعه المعلومات .

وملحق رقم (٢٧) يبين أسطورة أستيبيان للتعرف على خصائص وعادات الجمهور في التعرض للتلفزيون<sup>(٥)</sup> .  
كذلك يمكن استخدام نفس تسلسل الاسئلة ونفس الأسلوب في الأسطورة بالنسبة للبرامج الاذاعية مع الاخذ بنظر الاعتبار خصوصية البرامج الاذاعية .

### (ج) تصميم العينة «Designing Sample»

بعد الانتهاء من تصميم اسطورة الاستفتاء واختيارها والتعليقات الخاصة بها ، يمضي الباحث في اختيار العينة التي يجري عليها الاستفتاء ، ويضطر الباحث .  
أحياناً لاجراء مبحثه على عينة محدودة العدد ، لاعلى المجتمع الاصلي بأكمله ، تحاشياً لما يتكلفه من الوقت والمجهود والمال ، ويختار الباحث العينة اختياراً احصائياً صحيحاً ، لكي يقترب من استنتاجه من الاصل الذي يهدف اليه من تحليله ومن قياسه .

#### اولاً : الخطوات الاساسية لتصميم عينة : -

(١) - ضرورة تعريف وتحديد المجتمع الذي تريد معاينته ، فإذا كنا نريد دراسة فينبنفي ان نحدد مفردات العينة ونقرر : هل نتخذ الاسرة وحدة للعينة او الفرد ، وهل تقتصر على طائفة معينة من السكان كالمشركين في التلفزيون او اصحاب السيارات ، او هل نعني فقط بأصحاب مهن وحرف معينة ؟ هذه الحيرة تتحدد عادة بتحديد الفرض من البحث اولاً ، ثم تعريف المجتمع بناء على هذا التحديد .

(٢) - ان تكون العينة ممثلة **Representative** ، اي ان تتمثل فيها جميع صفات الاصل الذي اشتقت منه ، ولا تتحقق هذه الفكرة الا اذا تساوت احتمالات ظهور كل جزء من اجزاء ذلك الاصل في العينة المختارة حتى تصبح العينة صورة صادقة لذلك الاصل في جميع خواصها الاحصائية .

(٣) - ضرورة تحديد حجم العينة ، فلا تكون كبيرة جداً ، لان التكاليف ستكون عالية ، وتتطلب مجهودات مضمّنة ، ومن ناحية اخرى اذا استخدمنا عينة صغيرة فقد تقل دقة النتائج ، غير انه وجد ان ابسط واسهل الطرق لزيادة الدقة (او تصغير خطأ المعاينة) هو زيادة حجم العينة ، بمعنى انه اذا كبرت العينة (حجمها يزيد على ١٠٠) صغر هذا الخطأ ، وزادت ثقتنا في النتيجة حيث ان خطأ المعاينة يتناسب عكسياً (تقريباً) مع الجذر التربيعي لعدد مفردات العينة .



## ثانياً : اختيار طريقة المعاينة : -

يلجأ الباحث الى اختيار طريقة المعاينة التي تعطي النتائج ذات الدقة المطلوبة بأقل تكاليف ، او التي تعطي اقصى دقة بتكاليف محدودة ، وعادة ما يكون هناك عدة طرق للمعاينة يمكن تطبيقها في البحث نفسه ، الا انه يمكن اختيار التصميم المناسب عن طريق مقارنة الطرق المختلفة وكفاية كل منها . ولن يتيسر ذلك الا بدراسة الطرق الشائعة لاختيار العينات ، واهم صفاتها وحالات استخدامها والتي نوجزها فيما يلي :

### ( ١ ) - الطريقة العشوائية : «Random Sample»

وهي التي يتم اختيارها على اساس عشوائي ، اي على اساس اعطاء فرص متكافئة لجميع مفردات المجتمع عند الاختيار ، ثم اختيار النسبة المطلوبة بعد ذلك .

### ( ٢ ) - الطريقة الطبقيّة : «Stratified Sample»

من الثابت ان افراد اي مجتمع لا يمكن ان يكونوا متجانسين ، فغالبا ما يكون المجتمع مكونا من فئات مختلفة ، وفي هذه الحالة يلجأ الباحث الى اختيار عينة طبقية يعمل على ان تكون ممثلة للطبقات المختلفة في المجتمع الاصلي ، ويكون حجم الطبقة في هذه العينة متناسبا مع حجم الطبقة في المجتمع الاصلي ، ويتم اختيار العينة داخل كل طبقة على حدة عشوائيا .

### ( ٣ ) - طريقة الحصة «Quate Sample»

وهي اكثر العينات غير العشوائية استخداما في بحوث الرأي العام . ان المجتمع يقسم الى طبقات ، كما سبق شرحه في الطريقة الطبقيّة ، ثم نطلب من المقابلين اجراء المعاينة الى ان يحصلوا على الحصة Quata المطلوبة لكل طبقة وهنا لا نختار وحدات المعاينة عشوائيا ، ولكن المقابل يستخدم اية معلومات تجعله ينتهي من الحصة المطلوبة بسرعة . والفرص من هذه الطريقة استخدام مزايا التقسيم الى طبقات بدون تكاليف المعاينة العشوائية العالية .

#### (د) - تبويب البيانات : Tabulation of Data -

بعد جمع بيانات الاستفتاء من افراد العينة - سواء اكان ذلك باستخدام طريقة الحصول على المعلومات بالبريد ام على صفحات الجرائد ام على شاشة التلفزيون او الاذاعة ام بواسطة المقابلين انفسهم - الذين يجب تدريبهم واعدادهم اعدادا فنيا خاصا . فان الباحث يقوم بتبويب البيانات التي حصل عليها . ويهدف التبويب الى تلخيص النتائج في شكل جداول احصائية مبسطة مفهومة ، تنقل للباحث معنى نتائجها ، وتساعد القارئ على فهم مفرزها بسهولة .

ويلجأ الباحث عادة الى التبويب الالى في الابحاث الكبيرة باستخدام الآلات الاحصائية في التبويب لانها تساعد على انجاز العمل بسرعة فائقة .

#### (هـ) اعداد التقرير : -

بعد ان يقوم الباحث بعملية التبويب سواء اتبع في ذلك الطريقة اليدوية او الالية ، فانه يقوم بتحليل النتائج وتفسيرها . ويبدأ التقرير عادة من حيث بدأت المشكلة باختيارها وصياغتها . وينتهي الى حيث انتهت بالتحليل الاحصائي والتفسير النهائي ، اي انه بهذا المعنى يسجل خطوات البحث في تطورها خطوة تلو خطوة ليكون بذلك اقرب الى الموضوعية العلمية ، والتنظيم المنطقي المتناسق . ويشترط في لغة التقدير ان تكون واضحة موجزة وفي الموضوع . وغالبا ما ينتهي التقدير بملخص واضح عن المشكلة موضوع استطلاع الرأي العام ونتيجة بحثها ، ومدى قوة او ضعف هذه النتائج يقصد ابراز نقد الباحث لنفسه ، ثم يقوم بتوضيح المشاكل الجديدة التي اسفر عنها البحث خلال تطوره ومدى صلاحية هذه المشاكل للبحث . فهو بذلك يفتح افاقاً جديدة للبحث والدراسة .

#### « طريقة المسح »

تستخدم هذه الطريقة في مسح اتجاهات الرأي العام الظاهر والكامن التي تشغل اهتمام جماعة ما في فترة معينة - وتم هذه العملية عن طريق مقابلات ومحادثات مع الناس وملاحظة سلوكهم ، وما يصدر عن وسائل الاعلام المختلفة من مواد لتعبر عن اتجاهات سائدة في المجتمع .. أي القيام بتجميع منظم للمعلومات بالاتجاه الى المقابلات والاحاديث العميقة والقدرة على اختيار العينات بدقة وتطبيق خطط

البحث التي تستدعى تشخيص التغيرات الهامة وقياسها في أية مشكلة حتى يتسنى تقرير العلاقات بينها .

ولذلك فطريقة المسح تعد اشملا واعم من الاستفتاء ، اذ بينما يقتصر الاستفتاء على قياس اتجاهات الرأي العام الظاهر نحو مشكلة واحدة ، فإن طريقة المسح تتعرف على الاتجاهات الظاهرة والكامنة قي أكثر من موضوع في جماعة ما في فترة معينة .. غير أنه لايجوز التقليل من شأن طريقة الاستفتاء باعتبارها أكثر دقة « وموضوعية » في النتائج التي تتوصل اليها .

### مق تستخدم طريقة المسح ؟

تستخدم هذه الطريقة في الاحوال الاتية : -

( ١ ) - في استطلاع الرأي العام الكامن الذي يعبر عنه في صورة دردشة Gossip او شائعات او نكت او اشارات Gesture او حركات عضلات الوجه Grimace أو تعبيرات انفعالية Emotional Expression او عدم الاصفاء او الالتفات لموضوع معين او مقاطعته ، أو اي شكل آخر من اشكال السلوك يفهم منه ملاحظ الميدان Field Observer الاتجاه الذي يقصده الرأي العام من تأييد او معارضة لانه يقوم بترجمة هذه الحركات والاشارات الى الفاظ .

( ٢ ) - في استطلاع الرأي العام الظاهر ، قد لايقصد الأمر على موضوع واحد كما يحدث بالنسبة للاستفتاء ، بل أن ملاحظ الميدان يمكنه في هذه الطريقة أن يسجل استجابات الرأي العام حول موضوعات متعددة في وقت واحد أي انه يقوم بعملية مسح للاتجاهات السائدة المختلفة في المجتمع الذي يقوم بملاحظته فترة معينة .

( ٣ ) - في حالة رغبة رجل الاعلام والدعاية في معرفة مايسود المجتمع من اتجاهات ظاهرة وكامنة على وجه السرعة ، والتي لايمكن أن يحققها استخدام طريقة الاستفتاء السابقة ، باعتبار أن الاستفتاء كما سبق بيانه يحتاج الى تحديد للمشكلة وصياغة أسئلة الاستفتاء وتصميم العينة وإعداد المقابليين ، وجمع المعلومات عن الميدان وبتوبيها وتحليل البيانات لاستخلاص النتائج منها مما يتطلب كثير من الوقت والجهد ، في حالة هذه الرغبة يتسنى لرجل الاعلام والدعاية أن يحاصر هذه الاتجاهات ويتحكم فيها فيوجهها الوجه التي يراها .

(٤) - في استخدام النتائج التي نحصل عليها بواسطة هذه الطريقة حول موضوع معين كدراسة استطلاعية *pilot study* لقياس اتجاهات الرأي العام بصورة أكثر دقة وموضوعية ، ينبغي اتباع الاساليب الموضوعية كطريقة الاستفتاء التي تحدد النسب المثوية للاتجاهات المؤيدة والمعارضة والمحايدة أو وقوفه موقف الحياد في هذا الموضوع ليتسنى - رسم سياسة التوجيه والاعلام على اساس علمي سليم .

#### وسيلة جمع الاتجاهات : -

إن عملية جمع الاتجاهات في طريقة المسح بواسطة مقابلات ومحادثات مع الناس وملاحظة سلوكهم وما يصدر عن مجتمهم من مواد اعلامية تعبر عن الاتجاهات السائدة بينهم بما في ذلك مشاكلهم ومطالبهم الاجتماعية وكل ما يدور في اذهانهم .. ومن هذا يتضح ان هذه الطريقة تستغرق وسيأتي المقابلة والملاحظة معاً .

#### اولاً المقابلة : - «Interview»

تستخدم المقابلة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات العامة والعلاقات الصناعية والتسويق .. الخ ولقد تطور فن المقابلة بتطور حركة القياس السيكولوجي واهتمامها بالتقنين تطوراً يقر بها من أن تكون اداة موضوعية ، يمكن تصنيف البيانات التي تجمع عن طريقها ومعالجتها كميّاً . ولقد كان لامتنزاج هذين العاملين اثر بالغ في اكتساب المقابلة المرونة والموضوعية في الوقت نفسه .

والمقابلة كأداة لجمع المعلومات في بحوث الرأي العام تعنى التبادل اللفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة ، وبين شخص آخر وأشخاص آخرين وعن طريق هذا التبادل اللفظي يحاول القائم بالمقابلة الحصول من الشخص الآخر او من الاشخاص بشاكال او مطالب تشغل بال الرأي العام في الماضي او في الحاضر .

#### ثانياً : الملاحظة «Observation»

ونقار بأننا الماد الاساسي او الوحيد في جمع البيانات في انواع معينة من البحوث الاجتماعية والسيكولوجية التي يعتمد بعضها على ملاحظات المراقبين الخارجيين كما هو الحال في دراسة كيفية استجابة الاطفال في سن معينة مثلا لانواع معينة من المؤثرات . ويعتمد بعضها الذي يختص بدراسة احوال وتصرفات افراد مجتمع معين على ملاحظات مراقبين داخليين ، أي بعض افراد المجتمع موضوع الدراسة ، او من ينتحلون هذه الصفة ، كما هو الوضع في حالة الباحثين الذين يدخلون السجن - كمسجونين - لدراسة احوال المسجونين الاصليين وكذلك بالنسبة للمراقبين الذين بها يدون استطلاع الرأي العام في موضوعات معينة يخصى الافراد التحدث فيها .

وتزداد قيمة الملاحظة كطريقة من طرق البحث ، وخاصة في الحالات التي يزيد احتمال مقاومة الافراد لما يوجه لهم من اسئلة ، او عدم تعاونهم مع الباحث في اثناء المقابلة ، او في الاستجابة للاختبار . وهذه المقاومة من الامور المألوفة وخاصة اذا كان التساؤل يتناول امورا خاصة لايجب الفرد أن يتحدث عنها ، اولا يطمئن الاطمئنان الكافي للتعبير عن رأيه فيها ، فيمتنع عن الاجابة ، أو يلجأ الى تحريفها .

#### اختيار ملاحظ الميدان «Field observer»

يتوقف نجاح طريقة المسح على اختيار ملاحظي الميدان وتدريبهم وطريقة توزيعهم وتحليل التقارير التي يكتبونها بالطرق الموضوعية كطريقة المضمون Content Analysis ان نتائج الطريقة تصل الى درجة كبيرة من الدقة لاتقل عن دقة طريقة الاستفتاء .

اعداد التقرير : -

ويأتي في نهاية الفترة المحددة لاجراء مسح الاتجاهات ، وتختلف هذه الفترة باختلاف اهمية الموضوعات وشدة الاتجاهات ازاء ها ، ويصير تجميع تقارير ملاحظي الميدان ثم تبويب هذه التقارير بحيث ينتهي الشكل النهائي للتقرير الى صورة توضح التعليقات التي دارت حول كل موضوع من الموضوعات التي شغلت لأي جماعة ما خلال هذه الفترة وما تردد من اشاعات ونكت ، او يدور في اذهان الرأي العام من شكاوي ومطالب ، ولاشك في ان هذا التقرير يؤدي الى معرفة

تامة دقيقة بالرأي العام الداخل واتجاهاته المختلفة ورغباته وحاجاته المتباينة ، وعلى اساس هذه المعرفة يمكن تنظيم برامج التوجيه والارشاد بحيث توجه الى تلك الحاجات والرغبات التي يشمرها الافراد ، وبحيث تعالج المشاكل الرئيسية التي شغلت بالهم ، سواء كانت هذه الاتجاهات بين جمهور المصنع او المؤسسة او المجتمع بصفة عامة .

### ( ٣ ) طريقة تحليل المضمون content Analysis Method

وكما ان الوقوف على اتجاهات الرأي العام الداخلي يعتبر من الامور الهامة ، فان معرفة الرأي العام العالمي لاتقل اهمية عن سابقتها ، اذ من الضروري ان تحاط الحكومة علما بآراء واتجاهات الشعوب في الخارج ، ليتسنى لها رسم سياستها الخارجية تجاه هذه الشعوب بنجاح .. وعلى ذلك فانها تهتم بدراسة اتجاهات الرأي العام في جميع دول العالم ، وعلى ذلك فانها تهتم بدراسة اتجاهات الرأي العام في جميع دول العالم ، وعلى الاخص فيما يتعلق بسياساتها ازاء الموضوعات والمشاكل المختلفة .

ولعل من الواضح انه لن يتيسر دراسة اتجاهات الرأي العام العالمية باستخدام طريقة الاستفتاء او طريقة المسح السابقتين ، ولذلك لجأ علماء الرأي العام الى معرفة اتجاهات الرأي العام العالمي نحو دولة ما ، بدراسة اتجاهات الصحف والمجلات والنشرات والكتب التي تصدر في الدول المختلفة ، وكذا برامج الاذاعة والتلفزيون التي تبث هذه الدولة ، باعتبار ان هذه المواد الاعلامية تعبر عن اتجاهات موجودة بالفعل ، او تعمل على تكوين اتجاهات جديدة ، فهي تأخذ من الرأي العام وتمطيه ، وتؤثر فيه وتتأثر به ، تقود الجمهور وتنفاد له ، توجه الحكومات وتتلقى توجيهاتها ، وهكذا .. وبذلك فان كل ما يصدر عن هذه الوسائل بمثابة تعبير عن اتجاهات الرأي العام في صورة مالا تصل في دقتها الى معرفة حقيقة الرأي العام . وعلى الرغم مما يجتنب لهذه الطريقة من عيوب ، فانها الى حد ما تمطى فكرة عن الرأي العام في بلد ما بخصوص مسألة تخص دولة اخرى باعتبار ان وسائل الاعلام - تتأثر بالرأي العام وتؤثر فيه وباعتبارها الوسيلة الاقرب الى الموضوعية ، وهي الوحيدة التي يمكن الالتجاء اليها في معرفة اتجاهات الرأي العام العالمي ازاء مشكلة معينة في وقت معين ، وكذلك تستخدم في الكشف عن بعض المفاهيم التي استقرت في دولة ما . وسنبين فيما يلي الطريقتين : -

## أولاً : - قياس الرأي العام العالمي : -

لما كانت بحوث الرأي العام بنوعها الداخلي والعالمي تهدف في النهاية الى ترجمة الاتجاهات النظرية الى ارقام لها دلالات احصائية ، اي ابرازها في صورة نسب مئوية توضح الاتجاهات المؤيدة والمعارضة والمحايدة ، لذلك فقد جرت معاهد الرأي العام العالمية على تجميع جميع المواد الاعلامية في بلد ما ، والتي تناولت موضوعا يخص دولة اخرى في فترة معينة ، ثم تحليلها بطريقة المضمون ، وهذه الطريقة عبارة عن تلخيص لكل وحدة اعلامية سواء كانت هذه الوحدة مقالا صحفيا ، او حديثا اذاعيا ، او برنامجا تلفزيونيا ... بحيث يبرز هذا التلخيص جميع الاراء والافكار . Ideas التي تضمنتها هذه الوحدة الاعلامية الى جانب روح المقال Spirit الذي يكشف عن الاتجاه الذي يغلب عليها (مؤيد - معارضة - محايدة) .

## ثانيا : - الكشف عن المفاهيم : -

تحاول بعض الدول الكشف عن المفاهيم والاتجاهات السائدة في دولة اجنبية لا مكان التكهّن بما قد يحدث من تغيرات في سياستها الداخلية او الخارجية عن طريق تحليل المواد الاعلامية التي تصدر عن وسائل هذه الدولة . والخلاصة ان اساليب تحليل المضمون تتمدد ، ويتوقف استخدام احداها على الاخرى على الاهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها .

## ((المصادر))

- (١) د . نواف عدوان « بحوث المستمعين والمُشاهدين في الوطن العربي - الواقع والافاق » مجلة البحوث العدد السابع ، مؤسسة الخليج للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٢ .
- (٢) محروس ، عبد المِز عبد الرحمن « الناهج والادوات المستخدمة في بحوث المستمعين والمُشاهدين في ضوء التجارب العملية في المنطقة العربية » ، مجلة البحوث العدد السابع ، مؤسسة الخليج العربي للطباعة والنشر بغداد ، ١٩٨٢ .
- (٣) نفس المصدر السابق .
- (٤) فؤاد دياب ، « الرأي العام وطرق قياسه » ، مطابع الدار القومية القاهرة ، ١٩٦٢ .
- (٥) اتحاد اذاعات الدول العربية ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمُشاهدين دراسات وترجمات ، « بحث عن خصائص وعادات الجمهور العربي في التمرض للتلفزيون » ، (المراق ، السودان ، المغرب ، الاردن ، الكويت ) ، بغداد .



الملاحق



ملحق رقم (١)  
« نموذج لدورة إذاعية للراديو »

اسم الاذاعة :

مخطط البرنامج العام للدورة البرنامجية الثالثة  
لعام ١٩٩٠ الموافق الاول من تموز الى ٣٠ أيلول

صفارة .	٥,٢٠,٠٠
أشارة الدار .	٥,٢٨,٠٠
١ - افتتاح الاذاعة .	٥,٣٠,٠٠
٢ - القرآن الكريم .	
٣ - كلمات من الرسول (ص) اعداد وتقديم محمد عبده .	
٤ - اغنية دينية او عزف منفرد .	
موجز الانباء .	٦,٠٠,٠٠
موسيقى وأغاني الصباح يتخللها « مع المزارع » اعداد وتقديم فاروق احمد .	٦,٠٥,٠٠
مجلة الصباح اعداد وتقديم مديحة صبري .	٦,٣٠,٠٠
« صباح الخير » اعداد وتقديم زهراء الفنام .	٦,٤٥,٠٠
نشرة الاخبار الاولى .	٧,٠٠,٠٠
« حديث الصحافة »	٧,١٥,٠٠
« معزوفة وأغنية »	٧,٢٠,٠٠
مع « مجريات الاحداث » اعداد وتقديم نقولا حنا .	٧,٣٠,٠٠
اغنية	٧,٣٥,٠٠
« كلمات الصباح » تقديم سامية علي ومتولي مراد وعصمت عبد الحميد .	٧,٤٠,٠٠
موجز الانباء .	٨,٠٠,٠٠
« الاذاعة في خدمتك » يتضمن المواطن والقانون اعداد وتقديم عبدالله الزعبي .	٨,٠٥,٠٠
من الاغاني الشعبية .	٨,٣٠,٠٠
عالم الاسرة - اعداد وتقديم صفاء الاديبي .	٩,٠٠,٠٠
اناشيد وأغاني للاطفال .	٩,٢٠,٠٠
فصل الوجبات .	٩,٢٩,٠٠

ماعداء يوم الجمعة ، دنيا	الاذاعة المدرسية	٩,٣٠,٠٠
الاطفال	منوعات .	٩,٤٥,٠٠
اعداد وتقدم سميحة صابر	موجز الانباء	١٠,٠٠,٠٠
	عرض البرامج	١٠,٠٥,٠٠
	طبق اليوم	١٠,٠٨,٠٠
	منوعات	١٠,١٠,٠٠
	مسلسل للاطفال	١٠,٣٠,٠٠
	السبت : « مشوار »	١٠,٤٥,٠٠
ماعداء الجمعة	الاحد : « من كل كتاب فكرة »	
صلاة الجمعة	الاثنين : « هوايات »	
منقولة من	الثلاثاء : « مجلة الزهور »	
مسجد الحسين	الاربعاء : « منوعات عربية »	
بالقاهرة	الخميس : « مع مفكر عربي »	
	الجمعة : « صلاة الجمعة »	
	فصل الموجات	١١,٤٩,٠٠
	فترة الظهيرة وتشمل ابتهاجات دينية	١١,٥٠,٠٠
	اذان الظهيرة .	١١,٥٧,٠٠
	موجز النشرة .	١٢,٠٠,٠٠
	مع الاغاني العربية .	١٢,٠٥,٠٠
	السبت : « مجلة الثقافة »	١٢,٣٠,٠٠
	الاحد : « الفلاسفة »	
	الاثنين : « المجلة الريفية »	
اعادة	الثلاثاء : « اعلام عربية »	
	الاربعاء : « طريق النجاح »	
	الخميس : « في رحاب الجامعة »	
	الجمعة : « مع احدى المحافظات »	
وهكذا تسير عملية وضع البرنامج حتى نهاية الارسال اليومي		
	نشرة الاخبار الخامسة .	٢٣,٠٠,٠٠
	شريط الانباء-ماعداء الجمعة من	٢٣,١٠,٠٠
	أغاني محمد عبدالوهاب القديمة	
	اختتام البرامج بالقرآن الكريم	٢٣,٢٥,٠٠
	انتهاء البرامج .	٢٣,٣٠,٠٠

ملحق رقم (٢)  
« توزيع ساعات البث الأسبوعية »

النسبة المئوية الأسبوعية	الساعات الأسبوعية	التسلسل البرامج
٪ ١٧,١	٣٨,٠٠	١ - المنوعات
٪ ١٢,٩	١٨,٠٠	٢ - الأخبار والبرامج الاخبارية
٪ ٣,٦	٥,٠٠	٣ - البرامج الدينية والتلاوات
٪ ١٠,٠	١٤,٠٠	٤ - البرامج الثقافية
٪ ٩,٣	١٣,٠٠	٥ - البرامج الموجهة والخاصة موجهة « ٦٣٠ » زراعية « ٢,٢٠ » تنموية « ١,١٥ » تدريبية « ٣,٠٠ »
٪ ١٢,١	١٧,٠٠	٦ - المسلسلات
٪ ٢٥,٠	٣٥,٠٠	٧ - الموسيقى والفناء
٪ ١٠٠	١٤٠	المجموع

### ملحق رقم ( ٣ )

أسماء ومدة البرامج المختلفة التي ستذاع أثناء الدورة وعدد مرات تكرار أذاعتها

اسم البرنامج	مدته (بالدقائق)	تكراره
البرامج المنوعة :		
١ - صباح الخير	١٥	يومي
٢ - كلمات الصباح	٢٠	يومي
٣ - الأذاعة في خدمتك	٥٥	يومي
٤ - رسائل شوقي	١٠	يومي ماعدا الجمعة
٥ - نافذة على العالم	١٥	يومي ماعدا الجمعة
٦ - ما يطلبه المستمعون	٤٥	يومي
٧ - لقاء الظهيرة	٤٥	يومي ماعدا الجمعة
٨ - ستوديو المسابقات	٣٠	أسبوعي
٩ - رحلة المستمعين	٣٠	أسبوعي
١٠ - شراع النغم	٣٠	أسبوعي
١١ - هواة وراء الميكروفون	٣٠	مرة كل اسبوعين
١٢ - فنانون حول الميكروفون	٣٠	مرة كل أسبوعين
١٣ - قطوف ملونة	٣٠	أسبوعي
١٤ - قرأت وسمعت	٣٠	أسبوعي
١٥ - من قاموس الحياة	٢٩	أسبوعي
١٦ - تذكرة سفر	٢٩	أسبوعي
١٧ - من الفن المعاصر	٢٩	أسبوعي
الاسلامي ، القبلي		
١٨ - من كل بحر قطرة	٢٩	اسبوعي ويعاد
١٩ - مجلة المال	٤٥	اسبوعي ويعاد
٢٠ - ابنائنا في الخارج	٤٥	اسبوعي ويعاد
٢١ - مشوار	٤٥	اسبوعي ويعاد
٢٢ - كلمات في الليل	١٥	يومي
٢٣ - ما يطلبه العرب	٣٠	ثلاث مرات أسبوعياً
٢٤ - صوت وفنان	١٥	أسبوعي
٢٥ - عرض البرامج	١٠	مرتان يومياً

وهكذا حتى تبلغ عدد ساعات إرسال برامج المنوعات ٣٨ ساعة في الأسبوع

## البرامج الاخبارية والسياسية :

يومي	١٠ - حديث الصحافة
يومي ماعدا الجمعة	١٥ - شريط الأنباء
اسبوعي	١٥ - أحداث في الأخبار
ثلاث مرات أسبوعياً	١٠ - أقوال الصحف العربية
ثلاث مرات اسبوعياً	١٠ - أضواء على الأنباء
أسبوعي	١٠ - اسماء في الأخبار
أسبوعي	١٥ - بريد الأخبار
أسبوعي	١٠ - بلدان وأحداث
يومي ماعدا الخميس والجمعة	١٥ - حديث اليوم

وهكذا حتى تصل البرامج الاخبارية والسياسية ١٨ ساعة أسبوعياً

## البرامج الثقافية :

يومي	١٥ - قاموس الصباح
أسبوعي	١٥ - الفن والحياة
أسبوعي	١٥ - الحديث الثقافي
أسبوعي	١٥ - الشريط الثقافي
أسبوعي	١٥ - كل العلوم
أسبوعي	١٥ - هذا الكتاب
أسبوعي	١٥ - قالت العرب
أسبوعي	١٥ - ألحان من بلدي
أسبوعي	٢٥ - مذاهب مسرحية
أسبوعي ويعاد	١٥ - هوايات
أسبوعي ويعاد	٣٠ - أعلام من مصر
أسبوعي ويعاد	٣٠ - الأغاني للأصفهاني
أسبوعي	٣٠ - أسماء لاتنسى
أسبوعي	٣٠ - أعرف بلدك
أسبوعي	٣٠ - افلام واعدة
اسبوعي	٣٠ - مصر تأريخ وحضارة
أسبوعي ويعاد	٣٠ - صفحات من الفكر

العربي

أسبوعي ويصاد	١٥	١٨ - أساطير عربية
أسبوعي ويصاد	١٥	١٩ - لقاء الأسبوع
أسبوعي ويصاد	١٥	٢٠ - دروب مضيئة
أسبوعي ويصاد	٣٠	٢١ - شعر وغناء
أسبوعي ويصاد	٣٠	٢٢ - مجلة الثقافة
أسبوعي	١٥	٢٣ - ربوع بلادي
أسبوعي	٣٠	٢٤ - عندي فكرة
أسبوعي	١٥	٢٥ - جبل الذهب

وهكذا حتى تبلغ عدد ساعات إرسال البرامج الثقافية ١٤ ساعة أسبوعياً .  
البرامج الموجهة :

يومي ماعدا الأحد	٢٠	١ - عالم الأسرة
أسبوعي	٣٠	٢ - الطفل
أسبوعي	١٥	٣ - رأي القانون
أسبوعي	١٥	٤ - النور والأمل
أسبوعي	١٥	٥ - عالم الرياضة
أسبوعي	١٥	٦ - مجلة الشرطة
أسبوعي	٣٠	٧ - أخي السائق
يومي	١٥	٨ - صدى اللاعب
يومي	١٠	٩ - تلوث البيئة - النظافة
		من الأيمان
يومي	١٥	١٠ - العمل عبادة

وهكذا حتى تبلغ عدد ساعات إرسال البرامج الموجهة ٦٣٠ ساعة أسبوعياً

#### البرامج الريفية والزراعية :

يومي	٥	١ - مع المزارع
أسبوعي	١٥	٢ - الأرض الطيبة
أربع مرات أسبوعياً	١٥	٣ - ليالي الريف
أسبوعي	١٥	٤ - أدب الريف
أسبوعي	١٥	٥ - كان ياماكان



## البرامج التنموية :

١ - ركن التعاون	١٥	أسبوعي
٢ - المجالس المحلية	١٥	أسبوعي
٣ - التقرير الاقتصادي	١٥	أسبوعي
٤ - سيرة البناء	١٥	أسبوعي
٥ - العمل والمهال	١٥	أسبوعي

ويتم على هذا النمط وضع البرامج التدريبية بمعدل ٣ ساعات وبرامج المسلسلات بمعدل ١٧ ساعة والبرامج الموسيقية والغنائية بمعدل ٣٥ ساعة أسبوعياً .

ملحق رقم ( ٤ )  
« يوميات البرنامج للراديو »

أسم الأذاعة : .....  
مقرها : .....  
الصفحة : .....  
اليوم : ..... التاريخ : .....

بدء البرنامج	أنتهاء البرنامج	المادة	المنتج	المصدر	رقم الشريط	المذيع والمدير الفني المسؤول
		١- فترة الصباح				
	٥,٢٠,٠٠	الصفارة				
	٥,٢٨,٠٠	أشارة الحطة	حافظ			
	٥,٣٠,٠٠	١- افتتاح الأذاعة	شريط ق ٧٤٩ م			
		٢- القرآن الكريم				
		الشيخ عبدالصمد				
		ماتيسر من سورة				
		النساء				
		٣- كلمات من				
		أقوال الرسول				
		اعداد وتقديم				
		مصطفى عيده				
	٦,٠٠,٠٠	٤- أبتهاالات دينية	شريط م ١٠٧٢ م			
		للشيخ محمد				
		موجز الأنباء	حافظ			
	٦,٠٥,٠٠	مجلة الصباح أعداد زهراء				
		وتقديم زهراء القنাম				
	٦,٠٥,٠٠	١- موسيقى	شريط ٨١٢٢٠ م			
		يا صلاة الزين-				
		لفرقة الأذاعة				
		٢ - مع المزارع	شريط م ٦٢ م			
		أعداد مازن عوض				
		٣- بأسكندرية-	شريط ١٧٧/ع/٣١			
		سمو الأسكندرافي				
		٤- النشرة الجوية	شريط م ٣٥٢ م			

	أعداد وتقديم
	سامي شريف
شريط م ٦٥ - ١	٥ - مع طفلك
	زينب الحكيم
شريط م ٢ ص	٦ - غنى المولى -
	الثلاثي للرح
	٧ - حالة الطرق زهراء
	٦,٢٠,٠٠
	والمرور - محمد فوزي

---

ملاحظات عامة : هندسة

ملاحظات عامة : مسودة الفترة

---

وهكذا تسر عملية وضع البرنامج اليومي حتى نهاية الأرسال على صفحات متتالية .

ملحق رقم ( ٥ )

دورة اذاعة بغداد / ١ / ١ / ١٩٨٠ - لثاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٠

النسبة المئوية	البث الاسبوعي	معدل البث اليومي	النسبة المئوية للبرامج القسم
٢٥,٩٨	٥١٠ دق	٧٢ / ٨٥٧١	السياسة
٢١٠,٦٦	٩١٠	١٣٠	النشرات والمواجز
٢٤,٠٣	٣٤٥ دق	٤٩ / ٢٨٥٧	الثقافية
٢٧,١٤	٦١٠ دق	٨٧ / ١٤٧٨	التنمية
٢٢٠,٣٢	١٧٣٥	٢٤٧ / ٨٥٧١	المشوعات
٢٥,٦٢	٤٨٠	٦٨ / ٥٧١٤	الرفية
٢٦,٠٩	٥٢٠ دق	٧٤ / ٢٨٥٧	التمثيلات
٢٤,٢١	٣٦٠ دق	٥١ / ٤٣٨٥	البث المباشر
٢٤,٩٧	٤٢٠ دق	٦٠	الفترة الدينية
٢٣١,٠٣	٢٦٥٠ دق	٣٧٨ / ٥٧١٧	الاغاني والموسيقى
٢١٠٠ / ٠٠٠	٨٥٤٠	١٢٢٠	المجموع
		٢٠ ساعة ٣٣ دق	البث اليومي
	٣٣ دق	١٤٢ ساعة	البث الاسبوعي

الدورة الاذاعية المبتدئة  
قسم ملحوظ رقم (٦)  
من : ١ - ١ - ١٩٨١  
الى : ٣٠ - ٦ - ١٩٨١

برنامج	المعد	الوقت دقيقة
--------	-------	----------------

اليوم و الساعة الخلاصة المخرج

### النسبة المئوية للبرامج

القسم	معدل البث اليومي	البث الاسبوعي	النسبة المئوية
السياسية	٨٥٧ / ٩٧ د ق	٦٨٥ د ق	٢٧ / ٨٦
النشرات والمواضيع	١٣٠ د ق	= ٩١٠	٢١٠ / ٤٤
الثقافية	٢٨٥ / ٥٤ د ق	= ٣٨٠	٢٤ / ٣٦
التنمية	٢٨٥ / ٦٩ د ق	٤٨٥ د ق	٢٥ / ٥٦
المنوعات	٥٧١ / ١٠٦٣ د ق	١٤٥ د ق	٢١٣ / ١٣
الريفية	٧١٤ / ٥٥	٣٩٠ د ق	٢٤ / ٤٧
التمثيلات	١٤٢ / ٤٢ د ق	٢٩٥ د ق	٢٣ / ٣٤
البث المباشر	٤٢٨ / ٥١ د ق	٣٦٠ د ق	٢٤ / ١٣
الفترة الدينية	٦٠ د ق	٤٢٠ د ق	٢٤ / ٨٩
الاغان والموسيقى	٧١٨ / ٥٢٠ د ق	٣٦٤٥ د ق	٢٤١ / ٨٢
المجموع	١٢٤٥ د ق	٨٧١٥ د ق	١٠٠ / ٠
البث اليومي	٢٠ ساعة	٤٥ د ق	
البث الاسبوعي	١٤٥ ساعة	١٥ د ق	

الدورة الاذاعية المبتدئة من : ١١ / ١ / ١٩٨٢  
قسم ملحق رقم ( ٧ ) الى : ٣٠ / ٦ / ١٩٨٢

برنامج	المعد	الوقت دقيقة
--------	-------	----------------

اليوم و الساعة      المخرج

اسم القسم	النسبة المئوية	معدل البث اليومي	معدل البث الاسبوعي	النسبة
١ - القسم السياسي	١٠٥ د ق	٧٣٥ د ق	٢٨,٤٣٣	
٢ - القسم الثقافي	٦٩,٢٨٥ د ق	٤٨٥ د ق	٢٥,٥٦٥	
٣ - قسم التنمية	٥٤,٢٨٥ د ق	٣٨٠ د ق	٢٤,٣٦٠	
٤ - قسم الاطفال	٣٠ د ق	٢١٠ د ق	٢٢,٤٠٩	
٥ - التمثيليات	٢٤,٢٨ د ق	١٧٠ د ق	٢١,٩٥٠	
٦ - القسم الرياضي	٥٥,٧٢٤ د ق	٣٩٠ د ق	٢٤,٤٧٥	
٧ - البث المباشر	٥١,٤٢ د ق	٣٦٠ د ق	٢٤,١٣٠	
٨ - النشرات والمواضيع	١٤٠ د ق	٩٨٠ د ق	٢١,٢٤٤	
٩ - الفترة الدينية	٦٠ د ق	٤٢٠ د ق	٢٤,٨١٩	
١٠ - قسم المنوعات	٢٦٣ / ٥٧١	١٨٤٥ د ق	٢١,١٧٠	
١١ - الموسيقى	٣٩١,٤٤٥	٢٧٤٠ د ق	٣١,٤٤٠	
والفناء				
معدل البث اليومي	١٢٤٥ د ق	٨٧١٥ د ق	٢١٠٠,٠٠٠	
معدل البث اليومي	١٢٤٥ د ق	٢٠ = ساعة + ٤٥ دق		
معدل البث الاسبوعي	٨٧١٥ د ق	١٤٥ = ساعة + ١٥ دق		



القسم الثاني	البرامج اليومية	مدة	موعد اذاعت	الاصطلاحات	دورة اذاعة بغداد ١ / ١٩٨٠ - ٦ / ١٩٨٠
اسم البرنامج	محت	٥ د ق	٦ صباحا		
الحديث الديني		٥ د ق	٦ / ١٠ صباحا		اغناء الشيع بالمرقة التراثية مع التحليل والتعليق عليها وعازلة مرج حصاره الماضي بثقافة المعاصر ..
كتابات خالدة	١٠ د ق	- / ٨	٨ صباحا		تقديم النصوص الشعرية والنثرية الرقيقة مع مصاحبة الموسيقى اقليمية ... ط
البرامج الاسبوعية					
اصوات جديدة	١٥ د ق	١٠ / ٧	٧ مساء السبت		مرض وتحليل وتقديم النصوص الادبية التي تزد الى البرنامج من الادباء الشباب وتوجههم نحو الابداع والمطاه ..
اللقمة القصيرة	١٥ د ق	٢٠ / ١١	١١ مساء السبت		شرح للقطعة مع تحليلها وتقديم موجز قصير بالكتاب وتاريخ حياته مع تقديم نص للقطعة
اللقاء في العالم	١٥ د ق	٣٠ / ٨	٨ مساء الاحد		تقديم اخبار الادب العالمي وفوائده الثقافية مع التحليل من خلال وجهة النظر التي تتلاءم ونظرتنا السياسية ..
شخصيات ثقافية	٢٠ د ق	٣٠ / ١١	١١ مساء الاثنين		عازلة احمد الفكريين او الفتيين البارزين في الساحة الادبية والثقافية .



- ٢ - تابع الثقافية  
اللاصحات

اسم البرنامج	الوقت	موعد اذاعته	تاريخ الثقافية
بين الماضي والحاضر ١٥ دق	٧ / ٣٠	مساء الثلاثاء	يطرح قضية أو سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية مبين من خلال التحليل طورها في الحاضر ، وكيفية بدايتها في الماضي . ويحري البرنامج حوار مع احد المصنفين في كل ظاهرة حسب الاختصاص .
البرنامج العلمي ١٥ دق	٨ / ١٠	مساء الثلاثاء	تعريف المستمع بالانجازات العلمية في القطر العراقي والوطن العربي والعالم مع اشر اشار العلم بالحدث ..
وليكوفون ١٥ دق	٧ / ٢٠	مساء الاربعاء	الاتصال بأدباء الحاضرات وتطوير قلوبهم وانشطتهم الثقافية الخاصة ..
حديث الاربعاء ١٠ دق	١١ / ١٠	مساء الاربعاء	تسيرة الوعي الثقافي من خلال طرحه لقضية ثقافية او فكرية .
شاعر ودويان ١٥ دق	١١ / ١٠	مساء الخميس	تقدم مجموعة شعرية للمستمع ، بالتحليل والدراسة مع تسير المنتج الشعري للشاعر عبر حياته ..
فائق في الثقافة ٢٥ دق	٧ / ٢٠	مساء الجمعة	تقدم مجموعة من النصوص الادبية التحليلية او الابداعية ، شعر ورأى دراسة ، مناقشات في الثقافة القومية ..

## دورة أذاعة ببدأ ١ / ١٩٨٠ / ١٠ / ١٩٨٠

برامج قسم التسمية / البرامج اليومية

الملاحظات

موعد الأذاعة

اسم البرنامج وقت

طريق السلالة ١٠ دق ٨ / ١٠ الجمعة  
تقديم ظاهرة مبيتة اليه مع تقديم ارشادات مرورية ولقاءات قصيرة  
يعود المتكلمين في الورد ومرض بعض المتكلمين أو الشكاوي التي تزد  
البرنامج أمام المتكلمين ومرض سريح للتطويرا حاصل بخصوص خطط الورد .

دينا الأسرة ٣٠ دق ٩ / ٢٠ صباحا  
البرنامج على خاطرة ، لقاءات مع ربات البيوت والمباحث الاجتماعية  
يهدف البرنامج الى نشر الوعي الثقافي والسياسي والصحي الأسرة وتكون  
وإذابة مذكرات زواج ، ولقاءات مع الدراسات في هو الامة ولقاء مع  
طبيب ولقاءات اخرى متنوعة ) .

العلم نور ١٠ دق ١٢ / ١٥ ظهرا هذا الجمعة  
تخطيط الضوء على سر الجملة الوطنية القائمة هو الامة وإبراز  
الظواهر السلبية للامة مع اللقاءات مع الدراسات والناشطين الناشئين  
في مراكز هو الامة ..

عالم الأطفال ٣٥ دق ٥ مساء هذا / - ٨ / ٢٠ صباحا  
بث الروح الوطنية والقومية وتقديم المواقف المبدئية للجزب القائد  
بأسلوب مبسط وتقديم المعلومات التاريخية والجغرافية والسياسية والدينية  
وتشجيع المراتب المختلفة في الموسيقى والغناء ..

## ٢ - تابع التنمية

البرامج الاسبوعية اسم البرنامج	وسقة	موعد اذاعة	الاصحاحات
حياة الوطن	٢٠ دق	١٠ / ٤ مساء السبت	يتضمن حل كلمة المدد ثم تحقيقات اذاعية ومغامر مسكينة مع تسجيلات لبعض المحطات المسكونية . ثم زاوية اسئلة وردود ، وزاوية طلبات وزاوية مواهب ، ثم مسامح تنبئية هادئة وطرائف .
مساء السيرة	١٥ دق	١٠ / ٤ مساء الاحد	البرنامج يبرز تجسية التابع والامازرات التي تقوم بها التورة من خلال اللقاءات المباشرة مع المؤمنين من تلك المناطق ..
هيئة الطلبة والشباب	١٥ دق	١٠ / ٧ مساء الاحد	البرنامج يبرز نشاطات الطلبة والشباب ، وطرح مشاكلهم من طريق البرنامج واللقاء بالطلبة الاجابة عليها . ثم حوزة لي مراكز الشباب .
ازهار واطيار	١٠ دق	٥٠ / ١١ صباح الاثنين	موجة الاطفال دون سن (٦ سنوات) يهدف البرنامج الى بث الروح الوطنية والقومية وتعرف الطفل بهادي الحزب بصورة مبسطة وتوجيهه الى الممارسات الحميدة كحب الاسرة والتمسك بالاعتدال المبكر والتمسك بالاحسان الى اذاعة الافان الحميدة الخاصة بالاطفال ..
المنطق والتنمية	١٥ دق	١٠ / ٨ مساء الاثنين	المبكر بالاحسان الى اذاعة الافان الحميدة الخاصة بالاطفال ..
			يتضمن كلمة البرنامج ، اهم حدث تطبيقي على او حركي او علمي ، لثارات قصيرة مع المؤمنين والمؤمنين في المنطق . زاوية تقسم بعض المحطات التنظية ، وابراز دور المراق في استغلال النظم لصالح خطط التنمية والمنطق كصلاح من اجل القضية العربية .

تتضمن حل اهم مسألة تتدبرها وزارة التخطيط ثم اللقاء الغدوة على مسامح التنمية الزريع تنبيها وتوضيح مردوداتها واميتها واعمالها ضمن خطط المستقبل ..

١ - تابع التنمية  
الاملاطات

اسم البرنامج	ولته	مورد اذاته	- ١ -
عالم الرياضة	١٥ دق	٤ / ١٠	يعتبر البرنامج ١ - العمل على الارتقاء بمستوى الرياضة ٢ - تعريف المواطنين على أبرز الأحداث الرياضية ٣ - عقد اللقاءات والندوات مع الشباب الموهوبين والاعضاء الناشئين ٤ - اجراء اللقاءات مع القيوف العرب والاعضاء الوافدين للفريق الرياضية ٥ - حلقة شهرية عامة تستعرض فيها أبرز التميزات المتحققة على الصعيد الرياضي ..

حلقة المال	١٥ دق	٤ / ١٠	يعتبر البرنامج المواد التالية كلمة البرنامج ( استبعاد بالموال الرئيس القائد صدام حسين ، اخبار العراق رسائل وردود وزارية ما يطلبه العراق ، وحلقة عامة في كل شهر على شكل جولة في احدى المؤسسات الانشائية ، مسح تفصيلي )
------------	-------	--------	---

الجنة الصحية	١٥ دق	٧ / ١٠	يعتبر المواد التالية (التغذية وفوائدها ، لقاء مع طبيب مختص ، زاوية مسابقات البرنامج ، اريادات صحية ، وحلقة عامة كل شهر على شكل جولة في احدى المؤسسات الصحية )
اسم البرنامج	وقت	مورد اذاته	- ٤ - تابع التنمية الاملاطات

بمراة	١٥ دق	١١ صباحاً الجمعة	مهمة البرنامج هي حلقة الواصل بين المواطنين والمسؤول من التكوين سواء كانت ( الماء ، الكهرباء ، المعدات الاجهزة الدقيقة ، امانه المأهولة ، النقل .. الخ ) والتي لها ساس مباشر مع المواطن وتلبي البرنامج مع المسؤولين مباشرة لاعادة اطل تلك التكوين او الاسئلة .
-------	-------	------------------	---

صوت المرأة	١٥ دق	- / ٥ مساء الجمعة	يعتبر البرنامج نشاطات الاتحاد العام لنساء العراق في كل محافظات القطر بالإضافة الى جولات ولقاءات مباشرة داخل شعب الاتحاد ..
------------	-------	-------------------	--

## اللاحقات

استعراض البرامج الادائية وتهدف المستعين ببرامج الاداة اليومية  
تلبية طلبات المستعين من الاغاني المراتية والمربية التي يرومون الاستماع  
اليها

هذا القسم ١٠ / ١٥

تهدف المتبع بالمطربين القداسي من الموالدين وكذلك اغانيهم النادرة  
تهدف المستعين بالاجازات الساجية وارجاهم الى اماكن الساجية وفتح  
مركز لبعض الآثار...

تلبية حاجات أكبر عدد ممكن من متذوقي الموسيقى مع شرح لبعض  
المفاهيم الموسيقية السائدة لدى الشعوب الاخرى

دورة اقامة بشار ١٠ / ١٠ ١٩٨٠ لثاية ٢٤ / ١٠ / ١٩٨٠

برامج قسم المبرجات / البرامج اليومية

موقع اذاعة

١ / ٢٥ ساعة

٧ / ٢٠ ساعة

٨ / ١٠ ساعة

١٢ / - ظهور

هذا القسم

١ / ١٠ ظهور

طلبات المستعين ٥٠ دق

تقدم لكم هذا المساء ١٤ / دق

برامج الاسبوعية

اصوات لانتس ١٠ دق

بوابة الشرق ١٥ دق

١ / - ١ بم ل السبت  
٢ / ٢٠ مساء السبت  
٨ / ٢٠ مساء السبت  
١ / - ١ بم ل السبت

من احضان الشعوب ٥٠ دق

## ٢ - تابع - النوبات

## الاضاحات

اسم البرنامج	الوقت	موعد اذاعة	الاضاحات
اخيار سينية	١٥ دق	٣ / ٣٠ مساء الاحد	تقدم امير الاخبار السينية في القطر والوطن العربي والعالم ..
تراثيات	١٥ دق	١١ / ١٠ مساء الاحد	امضاء السمعين بعض الجوانب القدية من التراث والمذكور المراقى والعربي القدم وتحتوي على بعض التسجيلات مع اصحاب المهن القدية ..
بين الازمنة والسمعين	١٥ دق	٣٣٠ مساء الاثنين	تلبية رغبات السمعين الفناية وفيها يهرول بالاطروم من اسئلة واستشارات قنية
جملة القرن	١٥ دق	٧ / ٣٠ مساء الاثنين	يمكن صورة بسيطة من الحركة القنية في القطر وتطورها الذي ..
سيرة الاثنين	٥٠ دق	- / يوم الاثنين	
اميرة القاه	١٥ دق	٣ / ٣٠ مساء الثلاثاء	يخرجه الى كالة السمعين الذين لديهم مرض وسامهم لامله وذويه ..
حكاية راقية	١٥ دق	٣ / ٣٠ مساء الاربعاء	تعريف السمع بالاضحية القدية وتاريخها مع تحليل موجز لها ..
نادي الصداقة	١٥ دق	٨ / ٣٠ مساء الاربعاء	يوفق علاقة السمع ببرامج الاذاعة وموادها ..
بلا صنوان	١٥ دق	٢ / ٣٠ مساء الخميس	التنبه على الاخطاء ومراجعة تلافيها في الحياة اليومية ..

٣ - تابع قسم الفوات			
الاحداث			
اسم البرنامج	وقت	موقع اذاعة	موضوع
المقام العراقي	٣٠ دق	٨/٣٠ مساء الخميس	تعريف المستمع بالتراث العراقي من مقامات وتبريقه بسل المقام واصول الاداء واعصر المطربين القدامى .
سيرة مع فتاة من الذاكرة	٥٠ دق	١ / يوم الخميس ١٢ / - ظهراً يوم الجمعة	توجيه الذوق الفني لدى المستمع ورفدهم بالمعلومات الفنية القديمة
كوكيل	٦٠ دق	وتعاد في ١٦ / ٥٠ ظهراً الجمعة وتعاد في الساعة ١٢ / ٥٠ يوم الثلاثاء	دفع المستمع لتأدية الاداءة من خلال تقديم بعض الفترات النيرة
مواهب	٣٠ دق	٤ / ٣٠ مساء الجمعة	تشجيع القدرات الفنية وعمايتها عبر البرنامج ..
رحلة مع الاغان	٣٠ دق	٩ / ٣٠ مساء الجمعة	تعريف المستمع بخارج موسيقية فنانة نادرة وتبريقه ببعض
الافاني الاجنبية	٤٥ دق	١١ / ٦٥ مساء الجمعة	الموسيقية وبألفاظ الموسيقى والثناء والثناء في الوطن العربي يتوجه الى راقي الافاني الاجنبية .....

## دورة اقامة بغداد

١٩٨٠ / ١٠ / ٩ - ١٩٨٠ / ٩ / ١

## الاحداث

يتم هذا البرنامج في تقديم الارشاد الزراعي بقتية الشباني، والحيواني واعراض اللقائن مع المهندسين والمتخصصين الزراعيين وسقولي الموانير الزراعية ومواكبة الحركة الزراعية في القطر .

يتمن الزوايا التالية ١ - الانتاجية ٢ - حديث ابو سعدون  
٣ - رسائل المستعدين ٤ - جريدة الفلاح ٥ - سؤاك ومواب  
٦ - نازرة ٧ - الصحة الريفية ٨ - البراءة الريفية ٩ - العلم والزراعة  
١٠ - التخليقة الريفية ١١ - ريف البادية

## برامج القسم الريفي / البرامج اليومية

اسم البرنامج / مديته  
الريف الجديد ١٥ دق  
مواكبة اذاعة  
١٣/٣٠ ظهور  
هذا الجمعة

الفترة الريفية ١٠ دق  
٣٠ / ٩ مساء  
هذا الجمعة

٣٠ / ٩ مساء الجمعة

البرامج الاسبوعية  
الوان من الريف ٣٠ دق

يتمن الحكاية والطرق والسمع التشبي والتقاليد الريفية والمطافرة  
الضرية ونقل صور من الريف تحكي التقاليد والحداد التي تنسج مع  
الواقع المعاصر في الريف ..









الجمعة	الخميس	الاربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الاحد	السبت	
كوكيل نافع						لشد الجور	٢ / -
كوكيل نافع						اغاني	٢ / ١٠
لشد الجور						اغاني	٢ / ١٥
						نشرة الاخبار الثانية	٢ / ٣٠
						موسيقى وافنية	٢ / ٥٠
						جهاز فنان	٣ / -

---

اغاني					٩	قطرات من بحر	٣ / ١٥
اغاني						افنية	٣ / ٣٥

---

التشيلية القصيرة	بلا عنوان	حكاية وافنية	اسرة الشتاء	بين الاذاعة والمستمعين	اخبار سينمائية	اصوات لانسي	٣ / ٣٠
------------------	-----------	--------------	-------------	------------------------	----------------	-------------	--------

---

اغاني	اغاني	اغاني	اغاني	اغاني	اغاني	اصوات لانسي	٣ / ٤٥
						جريدة الساعة الرابعة	٤ / -
						فناء	٤ / ٢٠

---

مواهب	مجلس العمل	الرياضة	عالم الرياضة	التخطيط واوقات	اغاني	عطاء الصورة	٤ / ٣٠
				الاستقبال			

---

مواهب	اغاني	اغاني	اغاني	اغاني	فناء	حارة الوطن	٤ / ٤٥
مواهب	اغاني	اغاني	اغاني	اغاني	فناء	اغاني	٤ / ٥٠

---

صوت المرأة	عالم الاطفال	عالم الاطفال					٥ / -
اغاني							٥ / ١٥



البيت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
اقان	اقان					١٠ / ٥٠
الارض ان حكمت						١١ / -
اقان						١١ / ١٥
القصة القصيرة	تراثيات	قصصيات اغان تتأدية المقامات حديث الاربعاء	اقان	قاهر وديوان	اقان	١١ / ٣٠
اقان	اقان	قصصيات اغان تتأدية المقامات	اقان	اقان		١١ / ٤٥
x تنويه المهرجات رقم (٢)						x
شعر الاحبار السادة						
١٣ / -						
١٣ / ١٥	موسيقى واغان					
١٣ / ٣٠	السلسل بالقصص	شعرية السهرة				
١٣ / ٤٥	اقان	افنية	افنية	اقان	اقان	١٣ / ٥٠
١ / -	من اغان النشوب	من الذاكرة اعادة افنية	سورة الاثنين	سورة فنانة	اقان	١ / -
١ / ٥٠	من اوراق الليل	اعادة	كوكيل (اعادة) سورة فنانة	سورة فنان	اقان لام كلثوم	١ / ٥٠
٢ / -						

مرض الانبهاه الاخير اختتام بالسلام الجمهوري

ملحق رقم (١٠)

دورة اذعة بغداد

١٩٨٠ / ١ / ١ - ١٩٨٠ / ٦ / ٣٠

البرنامج اليومي	وقته	عدد اذاعته	القسم
الحديث الديني	٥ دق	٦ / ٣٠	صباحاً الثقافية
جريدة الصباح	٥ دق	٧ / ١٥	صباحاً للذيعون
كتابات خالدة	١٠ / دق	٨ / -	صباحاً الثقافية
طريق الامة	١٠ / دق	٨ / ٣٠	صباحاً عدا الجمعة التنمية
السلل الشبي	١٥ دق	٩ / ١٥	صباحاً التمثيليات
دنيا الاسرة	٣٠ دق	٦ / ٣٠	صباحاً عدا الجمعة البث المباشر
تقدم لكم هذا المساء	١٥ دق	١٢ / -	ظهراً عدا الجمعة للنوعات
العلم نور	١٠ دق	١٢ / ١٥	ظهراً عدا الجمعة التنمية
الريف الجديد	١٥ دق	١٢ / ٣٠	ظهراً عدا الجمعة الرفية
طلبات المستمعين	٥٠ دق عدا الجمعة ٤٥	١ / ١٠	ظهراً عدا الجمعة للنوعات
لنمد الجور	١٠ دق	٢ / -	ظهراً التمثيليات
قطرات من بحر	١٠ دق	٣ / ١٥	ساء عدا الجمعة الثقافية
حياة فنان	١٥ دق	٣ / -	ساء للنوعات
جريدة الساعة الرابعة	٣٠ دق	٤ / -	ساء السياسية
عالم الاطفال	٣٥ دق	٥ / -	ساء عدا الجمعة ٨ / ٣٠ التنمية
الفترة الرفية	٦٠ دق	٦ / ٣٠	ساء عدا الجمعة الرفية
الفترة السياسية	٤٥ دق عدا الجمعة ٣٠ دق	٦ / -	ساء السياسية
اخي العربي	٥ / دق	١٠ / ٣٠	ساء السياسية
حتى التحرير	٥ / دق	١٠ / ٤٥	ساء السياسية
الارض ان حكمت	١٥ - ٣٠ دق	١١ / ٣٠	ساء وتعاد في الساعة التمثيليات
السلل بالفصحى	١٥ دق	١٢ / ٣٠	من صباح اليوم التالي
اوراق الليل	١٠ دق	١ / ٥٠	ب م ل الثقافية

دورة اذاعة بغداد  
١٩٨٠ / ١ / ٢٠ — ١٩٨٠ / ١ / ١

القسم	موعد اذاعته	الوقت	المحتوى
النوعات	٣ / ٢٠	٢٠ دق	اصوات لانتسى
التنمية	٤ / ٢٠	٢٠ دق	حياة الوطن
الثقافية	٧ / ٢٠	١٥ دق	اصوات جديدة
النوعات	٨ / ٢٠	١٥ دق	بوابة الشرق
الثقافية	١١ / ٢٠	١٥ دق	القصة القصيرة
النوعات	١ / -	٥٠ دق	الحان الثوب

القسم	موعد اذاعته	الوقت	المحتوى
النوعات	٣ / ٢٠	١٥ دق	أخبار سينمية
تنمية	٤ / ٢٠	١٥ دق	عطاء المرأة
تنمية	٧ / ٢٠	١٥ دق	حياة الطلبة والشباب
الثقافية	٨ / ٢٠	١٥ دق	الثقافة في العالم
النوعات	١١ / ٢٠	١٥ دق	تراثيات
النوعات	١٢ / ٥٠	(( اعادة )) ٦٠ دق	من الذاكرة

القسم	موعد اذاعته	الوقت	المحتوى
النوعات	٣ / ٢٠	١٥ دق	بين الاذاعة والمستمعين
النوعات	٧ / ٢٠	١٥ دق	حياة فنون
التنمية	٨ / ٢٠	١٥ دق	النطق والتنمية
الثقافية	١١ / ٢٠	٢٠ دق	شخصيات ثقافية
النوعات	١ / -	٥٠ دق	سيرة الاثنين

القسم	موعد اذاعته	الوقت	المحتوى
النوعات	٣ / ٢٠	١٥ دق	سيرة الشعراء
الثقافية	٤ / ٢٠	١٥ دق	التخطيط وفاق المستقبل
الثقافية	٨ / ٢٠	١٥ دق	بين الماضي والحاضر
النوعات	١٢ / ٥٠	٦٠ دق	البرنامج العلمي كوكبتل ( اعادة )

القسم	موعد اذاعته	الوقت	المحتوى
النوعات	٣ / ٢٠	١٥ دق	حكاية واغنية
التنمية	٤ / ٢٠	١٥ دق	عالم الرياضة
الثقافية	٧ / ٢٠	١٥ دق	جولة الميكروفون
النوعات	٨ / ٢٠	١٥ دق	نادي الصداقة
الثقافية	١١ / ٢٠	١٠ دق	حديث الاربعاء



النوع	المصنف	العدد	الوقت	الموضوع
النوع	س	٣ / ٣٠	١٥ دق	الخميس
النوع	س	٤ / ٣٠	١٥ دق	بلا عنوان
النوع	س	٧ / ٣٠	١٥ دق	عجلة المال
النوع	س	٨ / ٣٠	٣٠ دق	المجلة الصحية
النوع	س	١١ / ٣٠	١٥ دق	المقام العراقي
النوع	س	١ / -	٥٠ دق	شاعر وديوان
النوع	ب م ل	١ / -	٥٠ دق	سهرة مع فنان

النوع	المصنف	العدد	الوقت	الموضوع
النوع	صباحاً	٨ / ١٠	٢٥ دق	الجمعة
النوع	صباحاً	٦ / ٣٠	٣٠ دق	عالم الاطفال
النوع	صباحاً	١٠ / -	١٥ دق	دنيا الاسرة
النوع	صباحاً	١٠ / ١٥	١٥ دق	اليك ايها الاصدقاء
النوع	صباحاً	١١ / -	١٥ دق	طلبات المستمعين
النوع	صباحاً	١٢ / -	١٥ دق	بصراحة
النوع	ظهراً	١ / ١٥	٦٠ دق	مع الذاكرة
النوع	ظهراً	٢ / ١٥	٦٠ دق	كوكبيل
النوع	س	٣ / -	١٥ دق	لنمد الجسور
النوع	س	٣ / ٣٠	١٥ دق	حياة فنان
النوع	س	٤ / -	٢٠ دق	التمثيلية القصيرة
النوع	س	٤ / ٣٠	٣٠ دق	جريدة الساعة الرابعة
النوع	س	٥ / -	١٥ دق	مواهب
النوع	س	٦ / ٣٠	٣٠ دق	صوت المرأة
النوع	س	٧ / ٣٠	٢٥ دق	الوان من الريف
النوع	س	٩ / ٣٠	٣٠ دق	أفاق في الثقافة
النوع	س	٩ / ٣٠	٣٠ دق	رحلة مع الابحاث

ملحق رقم (١١)  
دورة برامج أداة بغداد ابتداء من ١ / ١٩٨٥ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٥

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين.	الثلاثاء	الاربعاء	الاثنين	الجمعة
٤ / ٥٥	انت انتصاح الاقامة بالسلام اليهمورديا						
٥ / -	التممران الكورس						
٥ / ٣٠	المدى الديستيني						
٥ / ٣٥	مدى الرحمن						
٦ / -	الفترة المعبساجية الاولى صبح الخير						
٧ / -	نشرة الاجيوسارة الاولى ثم جريدة الصبح						
٧ / ٢٠	انجيسنة						
٧ / ٣٠	طريقى السلاية عطيات طائر						
٧ / ٤٠	تكملة للنشرة المعبساجية الاولى						
٨ / -	كتابات خصاله						
٨ / ٣٠							
٨ / ١٠	نوافل من المعبساج						

عالم الاحمال

اغان

الوقت	البيت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
٩ / -	مسرح	الابن بسطة					افنية
٩ / ٥	تكملة	لبرنامج نوال سند العبد					قف وانتبه
٩ / ١٠							افنية
٩ / ٢٥							
/ ٣٠	وفية	الان					
٩ / ٥٠	اف	الان					
١٠ / -	البنت	المباشر	لقاء مع فنان				
١٠ / ٤٥							اغان
- / ١١	صوت المرأة	الجملة الصحية	تعليمية الاطفال	حلاصتك	اغان	مرحبا بالاطفال	حذار من الياس
١١ / ١٥	اف	الان وموسيقى					
١١ / ٣٠	الكرنفال	المباشر					
١١ / ٤٥	افسان	وموسيقى					
xxxx	سلاصتك	في العمل					

الوقت	البث	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة		
١٣ / -	طلبات المستمعين								
١٣ / ٤٥	علوم المستقبل	اغاني	المراقب العصامي	صوت الدفاع المدني	جولة المال	بين. الاذاعة والمستمعين	بمراحة		
١ / -	نشرة البيانات والاصلاطات الرئيسية								
١ / ١٠	افغانستان								
١ / ١٥	مسلسل سعودي								
١ / ٣٠	اصوات لاتسي جولة الطلبة	هو الابية	اغاني	نادي الصداقة الشرطة في	مراقنا الرياضي				
١ / ٤٥	والتياب	اغاني	اغاني	خدمة الشعب	اغاني				
٣ / -	مسالم الاطلس								
٣ / ١٠	افغانستان								
٣ / ٣٠	نشرة الاخبار الاولى								
	انثودة								
	موسيقى غربي								
xxxx	افغانستان								

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٣ / -	الفترة						المسكورية
٥ / ٣	حريفة						اليوم
٥ / ٣٠	اغنية						
X X X	تقاسيم						
٥ / ٢٠	القرآن						الكريم
X X X X	تقاسيم						
٢ / -	نشرة						الثالثة
	انشودة						
X X X X	مطلع						السيد
	انشودة		من				الرئيس
٢ / ٣٠	الفترة	الربيعية					وطنية
٢ / ٥٠	اغان						الروان شعبية
٧ / -	اغان						وموسيقى
٧ / ١٠		وموسيقى		البرناج العلمي		اغان	



الوقت	البيت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
XXXX	مقطع من خط	مساب السبي	الرئيس				
١٠ / ٣٠	انتودة وطنية						
١٠ / ٤٥	من اغنية	سالي في					
	موسيقى	سالي واخيه					
١١ / -	حوار في التفاعلة القصة القصيرة	نافذة على	المقام المراقى	اغانى	نائد	قصيدة	المرض
		المصاحفة					

#### اغانى

١١ / ١٥	برنس	نظ	مقام	دمشق	(حلق)	مؤثرات	
١١ / ٣٠	اف	موسيقى	مقام	دمشق			
١١ / -	تنورة	الاغنية	مقام	دمشق			
١٣ / ١٠	اغنية	مقام	دمشق				
١٣ / ٣٥	مسلسل						
١٣ / ٤٥	اف	موسيقى	مقام	دمشق			
١ / -	دارعوى	إسيرة مع	القاتل	اقبل	الليل	سيرة	الليلة
١ / ٥٠	اوراق	الليل					
٢ / -	عروض	الانبياء	الاغنية	مقام	بسم	السلام	الجمهورى

## ملحق رقم (١٢)

دورة البرامج اليومية لإذاعة بغداد والبث من ١١ / ١٩٨٥ / ٣٠ ونهاية ١ / ١٩٨٥ / ٦

قسم السياسة

البرامج الاسبوعية

١٥ دق  
١٥ دق  
١ - الصحافة في اسبوع

مدته

١٢٠ دقيقة

٢٠ دقيقة

٤٥ دقيقة

٥ دقائق

٥ دقائق

٥ - ١٠ دقيقة

البرامج اليومية :

١ - الفترة العسكرية

٢ - جريدة اليوم

٣ - الفترة السياسية

٤ - حق التصدير

٥ - حديث ابو حمزة

٦ - نظام دمشق

(حقائق ومؤثرات)

قسم التنمية

البرامج اليومية

١٠ دقائق ماعدا الجمعة

١ - طريق السلامة

٢ - دنيا الأسرة

البرامج الاسبوعية

١ - صوت المرأة

٢ - عطاه السيرة

٣ - مجلة الصحة

٤ - مجلة الطلبة والشباب

٥ - المراق الصناعي

٦ - هو الامة

٧ - صوت الدجاج المدني



دورة البرامج اليوية والاسبوعية لادائة بغداد والبلتدا من ١ / ١٩٨٥ ولغاية ٣٠ / ١ / ١٩٨٥ قسم التنبية

البرامج الاسبوعية

- ٨ - مراقنا الرياضي ٣٠ دق
- ٩ - مجلة المبال ٥ / ١٥ دق
- ١٠ - الترحلة في خدمة الشعب ١٥ دق
- ١١ - قلق والتنبه ٣٠ دق
- ١٢ - بهرحاة ١٥ دق

البرامج الاسبوعية

- ١ - حوار في الثقافة
- ٢ - القصة القصيرة
- ٣ - اصوات جديدة
- ٤ - ناقد وقصيدة
- ٥ - المرض الثقافي

القسم الثقافي

البرامج اليوية

- ١ - احديث الديني ٥ دق
- ٢ - كتابات خالدة ١٠ دقائق
- ٣ - الشعر ديوان العرب ١٠ دقائق
- ٤ - اوراق الليل ١٠ دقائق

القسم العلمي

البرامج اليوية

- ١ - علوم المستقبل
- ٢ - مغاخر من تراثنا العلمي
- ١ - سلاتك في العمل

دورة البرامج اليومية والاسبوعية لاذاعة بغداد والمبتدأ من ١ / ١٩٨٥ ولغاية ٣٠ / ٦ / ١٩٨٥

- ٣ - البرنامج العلمي
- ٤ - سؤاا وجواب
- ١٥ دق

### البرامج الاسبوعية

- ١ - اصوات لانتسى
- ٢ - سيرة (برنامج دراسي)
- ٣ - بين الاذاعة والسمعين
- ٤ - المقام العراقي
- ٥ - اقبل الليل
- ٦ - نادي الصداقة
- ٧ - مجلة فنون
- ٨ - صباح المهر
- ٩ - اسراحة الجسمة
- ١٠ - لقاء مع لسان
- ١١ - من الذاكرة
- ١٢ - سيرة البيلة
- ٣٠ دق
- ٦٠ دق
- ٢٠ دق
- ٢٠ دق
- ٦٠ دق
- ١٥ دق
- ٢٠ دق
- ٦٠ دق
- ٦٠ دق
- ٤٥ دق
- ٦٠ دق
- ٥٠ دق

### قسم التوعات

- ١ - من هدى الرحمن
- ٢ - الفترة الصباحية الاولى
- ٣ - نواك الصباح
- ٤ - طلبات السمعين
- ٥ - نادي الاذاعة
- ٢٥ دقيقة
- ٨٠ دق
- ٧٥ دق
- ٤٥ دق
- ٣٠ دقيقة

## دورة البرامج اليومية والاسبوعية والابتداء من ١ / ١٩٨٥ ونهاية ٣٠ / ١ / ١٩٨٥

### القسم الريفي

#### البرامج الاسبوعية

دق ٣٠

١ - الزمان شمية

١٥ دق مدا الجمعة  
٣٠ دق مدا الجمعة

١ - الريف الجديد  
٢ - الفترة الربيعية

### قسم الاطفال

دق ١٥  
دق ١٥

١ - تنشيط الاطفال  
٢ - مرجحاً يا اطفال

٢٠ دق

١ - عالم الاطفال

### قسم التثقيبات

١ - حطار من اليأس

١٥ دق

١ - مسلسل للتظيرة

٢ - مسلسل بعد منتصف الليل ١٥ دق

### قسم البث المباشر

٦٠ دق ماهدا الجمعة

١ - البث المباشر

دائرة الإذاعات العامة  
مديرية البرامج الإذاعية  
قسم التقيق

ملحق رقم ( ١٣ )  
دورة برامج إذاعة بغداد  
النصف الثاني لسنة ١٩٨٧  
\* \* \*



النسبة المئوية	النسبة المئوية لزيادة اذاعة بغداد		النسبة المئوية لزيادة اذاعة بغداد	النسبة المئوية لزيادة اذاعة بغداد	النسبة المئوية لزيادة اذاعة بغداد
	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية
٨٧٥	١٠٥	١٧٠	١٠٥	١٧٠	١٠٥
١١٩٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
٣٦٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
١٨٦٥	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
١٥٥	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
٢٧٥	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
٥٦٥	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
٩٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠
٣١٩٠٠٠١٩	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠	١٧٠

الاخبار والمواضيع  
السياسية  
الثقافية  
الفرحات  
التنمية والتعليم  
البحث المباشر  
الفترة الدينية  
لاطفال  
العشاء والموسيقى

قائمة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ١٩٨٧ / ٧ / ٣١ ولغاية ١٩٨٧ / ١٢ / ٣١

البرامج اليومية اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الامحلات
القرآن الكريم والفقره الدينية مع الصباح فقره وائمه جريدة الصباح كتابات علاده نوازل الصباح دنيا الاسره	٤٥ دق	٥ / ٣٩ - ٦ / ١٤	التثقيف	
	٤٥ دق	٦ / ١٥	المرحلات	منتج
	٣ دق	٧ / ٢٠	التثنيه	منتج
	١٥ دق	٧ / ٣٠		
	١٠ دق	٨ / -	التعاويه عدا الجمعه	
	٥٠ دق	٨ / ١٠	المرحلات	
	١٥ دق	٩ / ٣٠	التثنيه ماعدا الجمعه بداع برناج صحه ورفاهيه	
	٥٥ دق	١٠ / ٥ -	عدا الخميس بداع برناج اذاعه الامحلات	
	٦٠ دق	١١ / -	المرحلات	
	٥ دق	١٢ / ٥٠	المرحلات بداد الساعه ٩ / مساء	
	٥ دق	١٢ / ٢٠	التثنيه ماعدا الجمعه	
	١٠ دق	٢ / -	علاقه اس عدا الخميس والجمعه بداع الساعه ١٢ / ٣٩ ظهرا	
نادي الاذاعه البرناج اللغوي المرشد الزراعي مناهل عربيه				

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣٦ / ٧ / ١٩٨٧  
ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧

البرامج اليومية		وقت	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
اسم البرنامج	البرامج				
برامج اللغات المسلحة	١٢٠ دق	- / ٣ عصرا	هذا الجمعة	الترجيبة السياسي	جديد
شريط الانباء	١٥ دق	- / ٥ عصرا			
جريدة اليوم	١٥ دق	- / ٧ مساء			
نادي الاذاعة	٦٠ دق	- / ٩ مساء			
الفترة السياسية	٣٠ دق	١٥ / ١٠ مساء			
نظام دمشق (حقائق ومفكرات)	١٠ دق	٣٠ / ١١ مساء	٥٠ - ٦٠ دق	٣٠ / ١٢ ب	ل
برامج (سورة)					



دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١ / ٧ / ١٩٨٧ ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧  
البرامج الاسبوعية  
البيت

الاصحاحات	القسم	وقت اذاعته	وقته	اسم البرنامج
منتج (حلقة جديدة)	الاطفال / الثقافية	٩ / - صباحاً	١٥ دق	حديثه العلوم
الجنيس	النشرات	١٣ / -	٣٠ دق	اصوات لانتسى
	اعادة حلقة	١٣ / ٣٠ ظهراً	١٥ دق	اخبار العلوم
	اعادة حلقة الجمعة	١ / ٣٠ ظهراً	١٥ دق	مسحة وعائية
منتج	الثقافية	٦ / ٣٠ مساءً	١٥ دق	من ادب القادسية
منتج	الثقافية	٧ / ٣٠ مساءً	١٥ دق	الطبيعة والحياة
منتج	الثقافية	٨ / ٣٠ مساءً	١٥ دق	افاق النقد
منتج (حلقة جديدة)	الثقافية	١١ / - مساءً	١٠ دق	مناهل عربية
تماد ظهيرة اليوم الثاني				
منتج (حلقة جديدة)				
تماد ظهيرة الجمعة	النشرات /	١٢ / ٣٠ ب . م . ل	٦٠ دق	من الذاكرة

دورة برامج اذاعة بغداد بغداد المبتدأ من ٣١ / ٧ / ١٩٨٧ ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧  
البرامج الاسبوعية  
الأحد

الاحداث	القسم	وقت اذاعته	وقته	اسم البرنامج
منتج	الاطفال / الثقافية	٩ / - صباحاً	١٥ دق	عالم الويفي
	التربية	١٢ / - ظهراً	١٥ دق	الطبية والتهاب
اعادة طلبة البيت	التربية / المحلي	١٢ / ٣٠ ظهراً	١٥ دق	الطبيعة والحياة
	التربية	١ / ٣٠ ظهراً	١٥ دق	اجلة الصحة
الاثنين ١٢ / ٣٠ ظهراً	التربية / المحلي	٧ / ٣٠ مساءً	١٥ دق	البرامج الزراعي
	التربية	٧ / ٣٠ مساءً	١٥ دق	البرامج المحلي
	الثقافية	٨ / ٣٠ مساءً	١٥ دق	في رحاب القصيدة
	النواعت	١٢ / ٣٠ ب ١٠ م	٦٠ دق	مضامير الفن
(جديد) وبغداد الخميس				
١ / ٣٠ ظهراً				

دورة برامج اذاعة بغداد ابتداءً من ١٩٨٧ / ٧ / ٣١  
دورة برامج اذاعة بغداد ابتداءً من ١٩٨٧ / ١٢ / ٣١  
وفاية ١٩٨٧ / ١٢ / ٣١  
البرامج الاسبوعية  
الاثنين

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
مرحباً بأطفال ملايكتك في المل	١٥ دق	- / ٩ صباحاً	الاطفال / التثاوية	
البرامج الملمى	١٥ دق	١٢ / - ظهِراً	الملمى / التثية	منتج
الترطه في عديمه الشعب	١٥ دق	١٢ / ٣٠ ظهِراً	الملمى احاده طلقه الاحد	منتج
الطب والرياضة (بغداد ١٥ دق	١٥ دق	١ / ٣٠ ظهِراً	التثية	منتج
الجمعة الساعه / ١١ ظهِراً	١٥ دق	٦ / ٣٠ مساء	التثية	منتج
شعاع الاكتشاف	١٥ دق	٧ / ٣٠ مساء	التثية	منتج
حكايات عربيه	١٥ دق	٨ / ٣٠ مساء	التثاوه	منتج
من المكتبة الصوتيه	٦٠ دق	١٢ / ٣٠ ب . م . ل	المبوعات	جديد ويحاد ١ / ٣٠ ظهِراً

دورة برامج اذاعة بغداد بغداد ١٩٨٧ / ٧ / ٣١ ولقاءة ١٩٨٧ / ١٣ / ٣١  
البرامج الاسبوعية  
الثلاثاء

البرامج	وقت	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
الاطلاع في السيرة	١٥ دق	٩ / - صباحاً	الاطفال	
صوت المرأة	١٥ دق	١٣ / - ظهراً	التنمية	
شاع الاكتشاف	١٥ دق	- ١٣ / ٣٠ -	المطبخ	حلقة الاثنين
تحقيقات اذاعية	١٥ دق	١ / ٣٠ ظهراً	التنمية	
ركن البادية	٢٠ دق	٦ / ٣٠ مساءً	التنمية	
البهوون	١٠ دق	٧ / ٣٠ مساءً	التنمية	
أصوات شابة	١٥ دق	٨ / ٣٠ مساءً	الثقافية	بماد الاربعاء ١٣ / ٣٠
أنبل الليل	٢٠ دق	١٣ / ٣٠ ب م ل	البوعات	

دورة برامج افاعة بغداد البتداء من ٣١ / ٧ / ١٩٨٧ ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧  
البرامج الاسبوعية  
الاربعاء

الاصحاحات	القسم	وقت افاعته	وقته	اسم البرنامج
حلقه جديده	التثنيه النوعيات	٩ صباحاً ١٢ / - ظهراً	١٥ دق ٣٠ دق	طريق السلامه أصوات لاتنسى
اعاده حلقه يوم الثلاثاء	التثنيه التثنيه التثنيه التثنيه / العائليه التثنيه / العائليه النوعيات	١٣ / ٣٠ ظهراً ١ / ٣٠ ظهراً ٦ / ٣٠ مساءً ٧ / ٣٠ مساءً ٨ / ٣٠ مساءً ١٢ / ٣٠ ليل	١٠ دق ١٥ دق ١٥ دق ١٥ دق ١٥ دق ٣٠ دق	البدمون القانون واجتمع من أدب قادييه صدام علوم المستقبل ناغده أناريه مفتون من بلادي
حلقه جديده تعاد الجسمة إنساعة ٥ / - ٥ مساءً				

دورة برامج اذاعة بغداد ابتداءً من ٢١ / ١٢ / ١٩٨٧ ولغاية ٣١ / ١٢ / ١٩٨٧  
البرامج الاسبوعية  
القياس

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
حديثه العلوم	١٥ دق	- / ٩ صباحاً	الاطفال / اعادة طلبة	يوم السبت
اذاعة الهايكالات	٥٥ دق	٥٥ / ١٠ ظهراً	التربية	منتج
موت العلاج	١٥ دق	- / ١٢ ظهراً	التربية	اعادة طلبة الاربعة
علوم المستقبل	١٥ دق	٢٠ / ١٢ ظهراً	التربية	منتج اعادة
مخاض النش	٦٠ دق	٣٠ / ١ ظهراً	النوفاة	
فنون	١٥ دق	٣٥ / ٦ مساءً	النوفاة	
اخبار العلوم	١٥ دق	٣٥ / ٧ مساءً	التربية / يعاد السبت	١٢ / ٣٩ ظهراً
سؤال وجواب	١٥ دق	٤٠ / ٨ مساءً	التغذية	
ليل المائتين	٥٠ دق	٢٠ / ١٢ ب ٠٢ ل	النوفاة	

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٢٩ / ٧ / ١٩٨٧ ولغاية ٢١ / ١٢ / ١٩٨٧  
البرامج الأسبوعية  
الجمعة

الاحداث	القسم	وقت اذاعته	وقته	اسم البرنامج
النشرات	صباحاً ٦ / ١٥	دق ٤٥	صباح الخير في	
النشرات	صباحاً ٨ / -	دق ٤٥	صباح الخير في	
الأطفال /	صباحاً ٩ / -	دق ١٥	عالم الأطفال	
التنمية	صباحاً ٩ / ٣٠	دق ١٥	صحة وحياتية	
النشرات	٩ / ٤٥	دق ٤٥	حلقة الجمعة من (نادي الاذاعة)	
التنمية	صباحاً ١٠ / ٣٠	دق ٣٠	مراقنا الرياضي	
التنمية	صباحاً ١١ / ٣٠	دق ١٠	الغلب والرياضة	
اعادة حلقة يوم الاثنين				
اعادة حلقة يوم السبت	صباحاً ١١ / ٣٠	دق ٦٠	من الذاكرة	
حلقة مادة	صباحاً ١٢ / ٣٥	دق ١٠	مناهل مربية	
التغائية	صباحاً ١٢ / ٤٥	دق ٤٠	الغزة الدينية	
التنمية /	صباحاً ١ / ٣٠	دق ٦٠	من المكتبة العربية	
النشرات	٥ / -	دق ١٥	منفون من بلادي	
النشرات	٦ / ٣٠	دق ١٥	من التراث الشعبي	







ملحق رقم ( ١٥ )

وزارة الثقافة والاعلام دورة برامج البث الصباحي تلفزيون الجمهورية العراقية  
المؤسسة العامة للاذاعة للمطلة الصيفية ٢٧-٦-٢٧/٩ ١٩٨٥ قم التنسيق التلفزيوني  
والتلفزيون

الخميس	الاربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الاحد	ال السبت
					١٠.٢
					١٠.١٥
					١٠.٣٠
					١٠.٣٥
					١٠.٥
					١١.٠
					١١.٠٥
					١١.١٥
					١١.٣٠
					١١.٣٥
					١١.٣٠
					١١.٣٥
					١١.٤٠
					١١.٤٥
					١٢.٠
					١٢.٠٥
					١٢.١٥
					١٢.٣٠
					١٢.٣٥
					١٢.٤٠
					١٢.٤٥
					١٣.٠
					١٣.٠٥
					١٣.١٥
					١٣.٣٠
					١٣.٣٥
					١٣.٤٠
					١٣.٤٥
					١٤.٠

ملحق رقم ( ١٦ )  
دورة برامج البث الصباحي للمطلعة الصيفية  
حزيران / ١٩٨٦

وزارة الثقافة والاعلام  
المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون

الخميس الاربعاء الثلاثاء الاثنين الاحد السبت

قسم التنسيق التلفزيوني  
الافتتاح والقرآن الكريم واستعراض البرامج  
برنامج صباح الخير  
برنامج انتبه ..  
افلام كارتون القرية الليفية  
برنامج فكر معي .  
البرنامج الرياضي ١ - ٢ - ٣  
برنامج افكار علمية  
اغنية صباحية

سلسلة تعلم السباحة الورشة المنزلية لك ياسيدي برنامج مرحبة  
برنامج هوايات الاصدقاء  
الحقيبة العلمية المرشد العلمي الحقيبة العلمية المرشد الصحي  
الحقيبة العلمية المرشد الصحي

منوعات  
موجز الانباء

المسلسل اليومي : -

١ - خرج ولم يعد  
٢ - احلى من جدول الضرب  
٣ - حامض حلو / محلي  
٤ - البحث عن الصحة

استعراض برامج المساء والختام



$$19.69 / 4 / 9. = 5.42$$

وزارة الثقافة والأعلام  
المؤسسة العامة للأدب والثقافة

	الاستسقاء	الألمع	السبت
	(الثلاثاء)	الاثنين	
	الرابع	الخامس	
	مرض البهايم بالأكليدية		
	اسراف البراج		

الجمهورية العراقية  
وزارة الثقافة والمجلس الأعلى  
للثقافة

— معلق رقم (١٩) —  
دوره البرامج التعليميه / البرنامج الاول  
١٩٨٧ / ٢ / ٣١

قسم التنسيق العفريديني  
ظفرين الجمهوري الراجي

[illegible][illegible]



ملحق رقم ( ٢١ )  
دورة برامج شهر رمضان المبارك / ١٩٨٧  
للبرنامج الاول

١ - / ٥ الافتتاح بالسلام الجمهوري  
٢ / ٥ فترة برامج الاطفال :

الجمعة	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
كارتون	كارتون	كارتون	كارتون	كارتون	كارتون
+	+	+	+	+	+
علوم	اغنية	دوري	دنيا	مجلة	افتح
+	+	مي	العلوم	الاصدقاء	باسم
اغنية	بوجي	+	بوجي	بوجي	بوجي
وطمطم	اغنية	وطمطم	اغنية	وطمطم	اغنية

٤٥ / ٥ المجريدة التلفزيونية والاساكية  
٦ - / ١ المسلسل الديني اليومي (( لا اله الا الله ))  
٤٥ / ٦ القرآن الكريم / ترتيل الشيخ عبد الباسط عبد الصمد  
مدفع الافطار واذان المغرب  
دعاء الصائم  
الحديث الديني  
ابتهالات دينية  
البرنامج اليومي ((صحتك في رمضان))  
المسلسل الديني ((ويبقى الاسلام الامل))  
البرنامج اليومي ((وفاء الاحفاد))  
٣ / ٩ عرض الانباء الاول والانشودة  
١٠ / .



الجمعة	الاربعاء	الخميس	الاثنين	الاثنين	الثلاثاء
رسالة الاردن	رسالة القاهرة	برنامج لمبة	برنامج الرياضة	برنامج الملم	برنامج عدسة
منوعات المجلة	منوعات كتاب	المحبيس في	الجميع للجميع	الفن	مع العلماء
الثقافية الاسبوع		اسبوع	منوعات	منوعات	

- ١١ / ١١ عرض الانباء الثاني  
 ١٥ / ١١ السلسل المحلي اليومي = = ١ - غاوي مشاكل  
 اغنية  
 ١٠ / ١٢ السلسل المرئي اليومي  
 ١ / ١ البرنامج اليومي (في رحاب الاحاديث القدسية)) فالختام

ملحق رقم ( ٢٢ )  
 « دورة برامج شهر رمضان المبارك / ١٩٨٧ »  
 للبرنامج الثاني

الافتتاح بالسلام الجمهوري	٥ / -
فترة البرامج التعليمية	٥ / ٢
الارتباط مع البرنامج الاول لتقديم الفترة الدينية	٦ / ٤٥
« انفصال القناتين »	٨ / -
البرنامج الفارسي اليومي	
السلل اليومي	٩ / ١٥
١ ( السلل المحلي ( ما خفي من نوارد جحا )	
٢ ( السلل العربي ( صائمون والله اعلم )	
عرض الانباء باللغة الانكليزية	١٠ / -
ثم الختام بالسلام الجمهوري	









ملحق رقم (٢٧) أستاذة أستيبيان للتعرف على خصائص وعادات الجمهور في التعرض للتلفزيون .

بيانات عامة : -

س (١) : العمر ( ) سنة

س (٢) : الجنس ذكر ( ) انثى ( )

س (٣) : المستوى التعليمي ،

يقرأ ويكتب فقط ( ) دون مستوى الثانوية ( )

دون مستوى الشهادة الجامعية ( ) شهادة جامعية فأكثر ( )

س (٤) : التوزيع المهني ،

عامل ( ) فلاح ( )

موظف ( ) مهنة حرة ( )

طالب ( ) ربة بيت ( )

أخرى .....

س (٥) : المستوى المعيشي ،

دون الوسط ( ) وسط ( )

فوق الوسط ( )

س (٦) : الحالة المدنية ،

متزوج ( ) عازب ( )

مطلق أو أرمل ( )

س (٧) : هل تشاهد التلفزيون ؟

بانتظام ( ) أحياناً ( )

نادراً ( )

س (٨) : لمن لا يشاهد التلفزيون الا نادراً ، ماهو السبب في ذلك ؟

لعدم وجود جهاز في محل اقامتي ( ) لعدم ملائمة وقت البث ( )

سبب آخر يذكر .....

س (٩) : لمن يشاهد بانتظام :

أ - ماهو معدل الوقت الذي تقضيه في مشاهدة التلفزيون يومياً ؟

ب - ماهي المواد التلفزيونية التي تفضل مشاهدتها ؟

س (١٠): لمن يشاهد التلفزيون أحياناً :

هل تنتقي مواد تلفزيونية محددة ؟

نعم ( ) لا ( )

س (١١): أين تشاهد التلفزيون في الغالب ؟

في البيت ( ) في مكان عام ( )

في مكان العمل ( )

س (١٢): هل تجد صعوبة في فهم بعض المواد المقدمة من التلفزيون ؟

نعم ( ) أحياناً ( )

لا ( )

س (١٣): بصورة عامة ، ما هو رأيك بمستوى البرامج التلفزيونية المقدمة من

تلفزيون بلدك ؟

جيدة ( ) متوسطة ( )

ردئية ( )

س (١٤): هل هناك ثمة برامج تلفزيونية مقدمة من تلفزيون بلدك تحرص على

مشاركتها

نعم ( ) لا ( )

س (١٥): لمن أجاب (نعم) يرجى تحديد أهم هذه البرامج ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



- س (١٨) : هل ان الوقت الذي تقضيه بمشاهدة برامج هذه المحطات اكثر من وقت الذي تقضيه في مشاهدة البرامج المحلية أم أقل؟  
أكثر ( ) أقل ( )
- س (١٩) : هل تحرص على مشاهدة نشرة الاخبار المقدمة من التلفزيون؟  
نعم ( ) لا ( )
- س (٢٠) : هل تتابع مشاهدة نشرة الاخبار حتى نهايتها؟  
دائماً ( ) أحياناً ( )
- س (٢١) : هل ترى ان مدة النشرة المقدمة لك من التلفزيون المحلي؟  
قصيرة ( ) مناسبة ( )  
طويلة ( )
- س (٢٢) : هل ترى أن ماتقدمه النشرة التلفزيونية المحلية مايكفي لاطلاعتك على الاحداث المحلية والعربية والدولية؟  
تماماً ( ) لحد ما ( )  
لايكفي ( )
- س (٢٣) : هل ترى أن التغطية التلفزيونية المصورة المعتمدة في نشرة الاخبار هي بالمستوى المطلوب؟  
نعم ( ) لا ( )
- س (٢٤) : هل تحرص على مشاهدة الافلام والمسلسلات الاجنبية أكثر من حرصك على مشاهدة الافلام والمسلسلات المحلية؟  
نعم ( ) لا ( )

س (٢٥) يرجى تحديد رغبتك في مشاهدة كل مادة من المواد التلفزيونية  
الآتية :

المادة التلفزيونية				حدود	الرغبة	
				الرغبة	ارغب	لا
				بدرجة	لحد	لا
				كبيرة	ما	ارغب
						رأي
						له
						لم يبق أن
						استمع لهذه
						البرامج
١- برامج غنائية وموسيقية						
٢ - برامج ثقافية						
٣ - برامج تعليمية						
٤ - برامج علمية						
٥ - برامج رياضية						
٦ - برامج دينية						
٧- برامج سياسية واخبارية						
٨ - برامج تثلية						
٩ - افلام اجنبية						
١٠ - افلام عربية						
١١ - مسلسلات عربية						
١٢ - مسلسلات اجنبية						
١٣- برامج موجهة الى جمهور خاص						
(طلاب ، فلاحون ، نساء ،						
شباب ... الخ )						

س (٢٦) : يرجى تحديد مقترحاتك لتطوير البرامج التلفزيونية :



